

UACM

Universidad Autónoma
de la Ciudad de México

Nada humano me es ajeno

COLEGIO DE HUMANIDADES y CIENCIAS SOCIALES

LICENCIATURA EN ARTE Y PATRIMONIO CULTURAL

Arte, cultura, turismo y tradición.

Los desfiles de Día de Muertos en la Ciudad de México

TRABAJO RECEPCIONAL

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE

LICENCIADA EN ARTE Y PATRIMONIO CULTURAL

P R E S E N T A :

GUADALUPE ALEJANDRÍA COPADO VENCES

D I R E C T O R A

LIC. MARIA ISABEL MERCADO ARCHILA

Ciudad de México, septiembre de 2021.

SISTEMA BIBLIOTECARIO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO COORDINACIÓN ACADÉMICA

RESTRICCIONES DE USO PARA LAS TESIS DIGITALES

DERECHOS RESERVADOS ©

La presente obra y cada uno de sus elementos está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor; por la Ley de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, así como lo dispuesto por el Estatuto General Orgánico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México; del mismo modo por lo establecido en el Acuerdo por el cual se aprueba la Norma mediante la que se Modifican, Adicionan y Derogan Diversas Disposiciones del Estatuto Orgánico de la Universidad de la Ciudad de México, aprobado por el Consejo de Gobierno el 29 de enero de 2002, con el objeto de definir las atribuciones de las diferentes unidades que forman la estructura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México como organismo público autónomo y lo establecido en el Reglamento de Titulación de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Por lo que el uso de su contenido, así como cada una de las partes que lo integran y que están bajo la tutela de la Ley Federal de Derecho de Autor, obliga a quien haga uso de la presente obra a considerar que solo lo realizará si es para fines educativos, académicos, de investigación o informativos y se compromete a citar esta fuente, así como a su autor ó autores. Por lo tanto, queda prohibida su reproducción total o parcial y cualquier uso diferente a los ya mencionados, los cuales serán reclamados por el titular de los derechos y sancionados conforme a la legislación aplicable.

Agradecimientos

A la Universidad Autónoma de la Ciudad de México

Gracias por ser el faro brillante que me iluminó cuando me creí pérdida.

“Nada humano me es ajeno”

A mi directora de tesis

Profesora María Isabel Mercado Archila

Profesora Isabel, millones de gracias por su ayuda que no sólo repercutió en lo académico sino también en lo personal. Agradezco su guía, paciencia, sinceridad y disciplina durante todo el largo proceso. Desde el momento que la conocí supe que usted sería la indicada para conducirme hacia este enorme y tenebroso paso, gracias maestra.

A los lectores

Profesora Eloísa Poot Grajales

Profesor Jorge Linares Ortiz

Profesor Juan Luna Ruiz

A mis lectores y profesores, Juan, Jorge y Eloísa les agradezco infinitamente su tiempo, ayuda y paciencia para revisar mi trabajo con detalle y buscando que fuera lo mejor posible, por sus consejos y cumplidos. ¡Gracias por siempre!

A mis padres

María Elena Vences Aviña

Juan Alfredo Copado Hernández

Les agradezco la oportunidad y el apoyo constante pero distante en todo el proceso, gracias por no presionar ja, ja, ja. Y por lo que está detrás de todo esto, el esfuerzo, el trabajo y el dinero no serán en vano. Esta va por ustedes, los amo.

A mi tía

Lilia Martha Vences Aviña

Gracias por ser apoyo moral, cómplice, consejera, amiga, tía, hada madrina y todo. Porque de lo imposible siempre trataste de acércalo a lo posible. Te amo siempre.

Agradecimiento especial a mi hermano

Alfredo Daniel Copado Vences

Un agradecimiento especial para este, mi cuarto lector no oficial. Gracias por la orientación, correcciones y sugerencias, no sé qué hubiera hecho sin ti, bueno sí, tardar más ja,ja,ja. Por toda una vida juntos y lo que resta ¡Te quiero mucho, gracias!

Agradecimientos especiales a los profesores que han influido en mi vida

Al Profesor

Héctor Domínguez Delgadillo

Uf! Ay le va... Señor, ¿qué le puedo decir? Si yo hubiera muerto, usted hubiera sido el único capaz de presentar todo lo que está escrito en esta tesis. Gracias por ser parte de absolutamente todo el proceso de investigación, ser mi tutor, asesor, consejero político, mejor amigo, un 4x4 “todo terreno”. Gracias por la inyección de valor, autoestima y confianza que necesitaba, lo quiero mucho.

Al Profesor

Fernando Acosta

Una dedicación especial al profesor que ha influido de forma importante en mi vida, gracias por enseñarme que la humildad, el talento, creatividad y liderazgo no están peleados y usted es prueba de eso. Usted siempre será parte y un recuerdo importante de la etapa más feliz, emocionante e inquieta de mi vida. Gracias por mantenerse presente en mi vida hasta el día de hoy. ¡Lo quiero, gracias!

“La humildad no encarece a nadie, al contrario lo engrandece”

Agradecimientos especiales a las personas involucradas en esta investigación

Jessica Elizabeth Esquivias Rodríguez

Jessy, mis más infinitas bendiciones y agradecimientos para ti, no sólo por permitirme realizar la investigación, gracias por la oportunidad de cambiar mi vida con las gentilezas de un evento, el conocer personas, cultura y una invitación a un nuevo mundo artístico. Gracias por recibirme en la familia “Mega Procesión de las Catrinas”, por tu confianza, profesionalismo, cariño, alegría, apoyo y amabilidad. Un gusto conocerte y prometo no fallarte. Tú eres el lienzo vivo que mueve a millones más.

“La tradición más viva de todo México”

Maquillistas de Mega Body Paint México

Mi más profundo agradecimiento a Mara Hernández, Damayanti García y a todos los maquillistas que conforman Mega Body Paint México, por su ayuda a la hora de realizar entrevistas, encuestas, fotografías y darme muestras de su talento. Ustedes son futuro, inspiración, talento y arte. Gracias.

Contingente “Catrinas Clásicas de José Guadalupe Posada”

Mis catrines y catrinas, ustedes fueron parte de esta investigación, ustedes fueron la investigación. Más que eso, fue un enorme placer conocerlos, convivir con ustedes y formar una catrinezca amistad. Por muchos años más, por un contingente más grande y más vivo.

¡Gracias!

Callejón Salao

Un agradecimiento a todo el grupo que conforma la compañía Callejón Salao: productores, coreógrafos, voluntarios, staff, departamento de vestuario y utilería, pero sobre todo mi reconocimiento y gratitud a la productora Paola Schlaepfer y a la coordinadora de voluntarios Jazmín Redes por su arduo y comprometido trabajo y disposición ante este trabajo de investigación. Infinitas gracias por contribuir y abrimme las puertas del desfile.

Colectivo “Ultima Hora”

Infinitas gracias al artesano Marco Osorio como representante del Colectivo “Ultima Hora” por haber accedido a abrimme las puertas de su taller y conceder la entrevista sin ningún inconveniente. Agradezco por la honestidad en las respuestas, ustedes como colectivo fueron pieza clave para responder y analizar este trabajo de investigación. Son ejemplo de artesanos sobresalientes, talentosos y sobre todo humanos.

Sheila Patterson

Sus aportes fueron invaluable para esta investigación. Usted es muestra de que un enorme puesto no inhibe las ganas de ayudar, ni la humildad. Por más personas como usted. Reconocimiento por no cerrarse a dar una oportunidad de entrevista a esta estudiante. Por siempre gracias.

Para todos aquellos

Un agradecimiento y dedicatoria a todas aquellas personas que transitaron por mi vida en el lapso de creación de este trabajo de investigación: amigos, ex amigos, enemigos, familiares, profesores, conocidos, desconocidos y más. Porque algunos de ustedes fueron amor, amistad, apoyo e inspiración para seguir adelante, para ustedes... mi cariño, abrazos y besos. Por otro lado, están algunos que fueron provocación y desafío, para ustedes hoy tengo la tarea de darles el más grande de los reconocimientos, en especial a los que dudaron que no podría terminar y a los que creyeron que no tenía la capacidad, hoy les digo ¡aquí está mi tesis!

Para mí

El agradecimiento más grande es para ti, todo fue resistencia y amor propio. Te dije que lograríamos terminar, llegaste a la meta.

La peculiaridad del culto mexicano de la muerte se hace evidente en cuanto se comprende que lo que está en juego no es la sublimación de la muerte estoica (aunque ésta también existe en México), sino la nacionalización de la familiaridad juguetona y la cercanía con la muerte.

Claudio Lomnitz

INDICE

Introducción	1
--------------------	---

CAPÍTULO 1. MEGA PROCESIÓN DE LAS CATRINAS

1.1 Día de Muertos en la CDMX	9
1.2 La historia de La Catrina.....	12
1.3 <i>Body Paint</i> , contexto histórico y su práctica en la Ciudad de México.....	17
1.4 Asociación Mega Body Paint México.....	20
1.5 Proyecto “Mega Procesión de las Catrinas” y sus emisiones.....	23
1.6 Mega Procesión de las Catrinas 2018, estudio de caso	33
1.7 Encuestas y resultados.....	68

CAPITULO 2. GRAN DESFILE DE DÍA DE MUERTOS Y *SPECTRE*

2.1 Carnaval de Día de Muertos, su realización. Relevancia y aportación cultural al Día de Muertos en la CDMX.....	78
2.2 Controversia entre México y el 007. Patrocinadores mexicanos y sus intereses	84
2.3 Consejo de Promoción Turística	94
2.4 Colectivo “Ultima Hora”, su participación en <i>Spectre</i>	98
2.5 Instancias y productoras involucradas en la realización del desfile.....	106
2.6 Emisiones del desfile y resultados	111
2.6.1 Creativos.....	112
2.6.2 Segunda emisión	121

2.6.3 Organización del desfile.....	124
2.6.4 Patrocinadores y su participación.....	127
2.6.5 Orden y segmentos del desfile	130
2.6.6 Voluntariado.....	130
2.6.7 La fiesta después del desastre, resultados	132
2.6.8 Datos extras	133
2.7 Gran Desfile de Día de Muertos 2018, estudio de caso	134
2.7.1 Metodología de investigación	134
2.7.2 Voluntariado.....	135
2.7.3 Ensayos del voluntariado	141
2.7.4 Departamento de utilería	143
2.7.5 Productora Callejón Salao y la relación con Anima Inc	144
2.8 “La muerte es un viaje”, temática del desfile.....	146
2.8.1 Creativos.....	146
2.8.2 Conferencia de prensa	147
2.8.3 Desfile, temática y segmentos	152
2.8.4 La Migración	153
2.8.5 Patrocinios.....	157
2.8.6 Ensayo Previo.....	159

CAPITULO 3. COMPARACION DE AMBOS EVENTOS

3.1 ¿Desfiles? 163

3.2 Misión de los eventos 165

3.3 Recorrido 169

3.4 Participación ciudadana..... 170

3.5 Patrocinios 171

3.6 Temáticas 176

3.7 Spectre 177

3.8 Beneficios del evento 178

3.9 Ciudad Refugio 181

3.9.1 Agenda Cultural 182

3.9.2 Mega Ofrenda 2018..... 184

CONCLUSIONES 187

ANEXOS..... 196

REFERENCIAS 247

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo se enfoca en presentar tres sucesos magnos, dos desfiles y el rodaje de una película extranjera, los cuales acontecieron en la Ciudad de México entre los años 2014, 2015 y 2016, y cuya relación se concentra en la festividad del Día de Muertos. El interés de estos fenómenos surgió debido a mi fascinación por dos eventos en particular, la Mega Procesión de las Catrinas y el Día de Muertos en México, de tal manera que surgió una pregunta con la cual comenzó el planteamiento de esta investigación: ¿qué evento fue primero, el Desfile de Día de Muertos o la Mega Procesión de las Catrinas?

Antecedentes

A pesar de ser los eventos más concurridos en la capital del país, no fueron los primeros desfiles ocurridos en la ciudad, ya que sus antecedentes se concentra en el siglo XIX aunque recibían otra finalidad social. Los desfiles en México son una característica cultural con profundas raíces entorno a tradiciones y religión. Considerando la opinión de Héctor Zarauz sobre la fiesta popular y su composición de elementos precisos:

¿Qué es la fiesta popular? Tal vez ésta es la primera cuestión por aclarar. Por definición, debe ser aquella manifestación de carácter festivo o conmemorativo que surge de manera espontánea de la población, que suele tener raíces profundas en nuestra historia, y que en el curso del tiempo se revitaliza, adquiere nuevos matices y se mantiene con fuerza hasta la actualidad. En su ejercicio impera la tradición a la que se suman amplios sectores de la población y no depende de la inducción de alguna instancia religiosa, estatal o comercial (Zarauz, Héctor. 2016. Pág. 111).

Desde sus inicios y hasta nuestros días, las fiestas populares y desfiles se han introducido de una manera profunda tocando sectores sociales y actos políticos, que embarga no sólo una celebración y sus costumbres, además involucra economía y turismo, al lucrar con la modificación y adaptación de una tradición y sus fiestas populares, como lo es el Día de Muertos en México.

Los desfiles en México han tenido una aportación histórica, cultural y política como menciona Efrén Mayorga, justificando que el primer desfile en la Ciudad de México fue realizado el 27 de septiembre de 1821, considerado como un país independiente, gracias al dirigente del ejército trigarante Agustín de Iturbide junto con 16,000 jinetes. Posteriormente Mayorga, en colaboración con Arturo Ortega (2017), menciona que tras esta primera experiencia festiva los desfiles que perduran en México son el “Desfile del 16 de septiembre” celebrando la Independencia de México y posteriormente, el “Desfile del 20 de noviembre” evocando la Revolución Mexicana.

Desde esa primera experiencia, los desfiles conmemorativos en la Ciudad de México han sufrido modificaciones con el pasar de los años, teniendo como clave la primera modificación desde la época del porfiriato, según Arturo Ortega:

Con Porfirio Díaz, años después, se cambió la fecha del desfile del ejército, recordando a Iturbide al 16 de septiembre, porque Díaz asoció el festejo del inicio de la Independencia con su onomástico el 15 de septiembre. Años más tarde el desfile fue el símbolo de la unidad entre los diferentes grupos que se disputaban el manejo del gobierno. El 16 de septiembre de 1910, desfilaron 5 mil soldados pero la nota destacada fue que lo hicieron con uniforme de paño azul y en lugar de sombrero, usaron por primera ocasión quepís. El 27 de septiembre de 1911 se organizó un desfile y un festival militar en el Hipódromo Condesa con carreras de caballos conmemorando la Consumación de la Independencia. En la Ciudad de México el desfile sufría año tras año alguna variación pero generalmente éste daba inicio en la Columna de la Independencia con rumbo al Palacio Nacional (Ortega, 2017).

Actualmente los desfiles de Día de Muertos mantienen el mismo trayecto del Monumento al Ángel de la Independencia con dirección a la Plaza de la Constitución o Zócalo Capitalino. Si bien en todo el territorio mexicano se realizan expresiones socio-culturales justificadas en celebraciones, ya sean desfiles, procesiones, marchas, carnavales, fiestas patronales, prehispánicas, alegóricas, tradicionales y por supuesto, las históricas y ahora las gubernamentales como los ejemplos que da Ortega.

El objeto de estudio de este trabajo se concentra en las manifestaciones sociales conocidas como la Mega Procesión de las Catrinas y el Gran Desfile de Día de Muertos, eventos que se colocaron en la cima de la popularidad debido al telón introductorio de la película *Spectre*. Cabe mencionar que estos desfiles fueron proyectos que no se habían realizado en la celebración del 1º y 2º de noviembre “día de todos los santos y los fieles difuntos”.

La tradición más arraigada en México, actualmente se ha convertido en parte aguas y trascendental carta de presentación en el sector turístico. Un concepto nuevo que apertura la festividad a todo el mundo, dentro de un carácter turístico. Sin embargo, es casi imposible separar el filme *007: Spectre* del Desfile de Día de Muertos en la Ciudad de México. A pesar de los argumentos que pudieran proporcionar las instancias de gobierno, *Spectre* fue la mejor alternativa que tuvo México para crear, exponer y difundir un desfile que no existía hasta que llegó James Bond en 2015.

Por supuesto, existe un antecedente de desfile con la temática de catrinas en la Ciudad de México. La Mega Procesión de las Catrinas es un proyecto creado por la asociación civil Mega Body Paint México. El evento nace en el año 2014 innovando y evolucionando la celebración de Día de Muertos, tradición que el *Halloween* amenazaba con diluir. Se analizará el evento en cuestión y su transformación en un reactivador económico, cultural, artístico, turístico y fomento de participación ciudadana, nacional e internacional.

Es necesario mencionar que la originalidad del evento se sustenta en la práctica artística del *body paint*. Al inspirar nuevas creaciones y exaltando la importancia de un arte infravalorado hasta hace algunos años se muestra una técnica, relevancia y dignidad que tiene actualmente gracias a dicho evento, cuyas metas son exhibir y redituar el talento mexicano, dando un valor y un precio justo, eliminando el menosprecio y el regateo. Evento que ha sido influencia y directriz en países lejanos como Japón.

Por otro lado, se hablará del Gran Desfile de Día de Muertos organizado por el gobierno de la Ciudad de México en el 2016. La descripción del evento se analizará dentro el trabajo de dos dependencias de administración pública; la Secretaría de Cultura y la Secretaría de Turismo y la participación de dos productoras artísticas: Callejón Salao y Anima Inc, así como la procedencia de ambas productoras, su forma de crear contenido y operar el evento.

La investigación se llevará tras bambalinas y no se limitará al análisis de dos desfiles solamente. A su vez se identificará la premisa más confusa de los últimos años, ¿Qué evento aconteció primero?, ¿*Spectre*, la Mega Procesión de las Catrinas o el Desfile de Día de Muertos? Y, ¿de qué forma un evento ha influido en los demás?

JUSTIFICACIÓN

En el año 2015, la Ciudad de México se preparó para recibir a James Bond y realizar la filmación de la película *Spectre*. Durante dicho acontecimiento la ciudad tuvo una revolución cultural, social y artística, pero también un margen de opiniones: capitalinos ilusionados con la participación que tendría la Ciudad de México en el cine por al menos 15 minutos. Por otro lado, los ciudadanos que se sentían humillados y enfurecidos por el hecho que una película extranjera entorpecieran sus actividades diarias al bloquear varias calles del centro de la ciudad para realizar la filmación y contribuir al tedioso tráfico cotidiano.

A partir del 2016 se iniciaron nuevamente las opiniones y críticas a favor o en contra, ahora dirigidas al nuevo Desfile de Día de Muertos que lo “inspiró la película de James Bond”. Cabe mencionar que en ese mismo año se presentaron por primera vez ambos desfiles: la Mega Procesión de las Catrinas y el Gran Desfile de Día de Muertos.

Por supuesto debemos considerar que se ha modificado la tradición, un evento alternativo y actual del Día de Muertos, debido a la aceptación de ambos desfiles por parte de

los capitalinos así como su ininterrumpida aparición en la vida pública año con año que bajo la descripción de Héctor Zarauz sobre el concepto de la fiesta popular es la siguiente:

De manera que debemos considerar como fiesta popular aquellas en que la población se integra de manera natural, sin que en su celebración sea definitiva la inducción comercial, gubernamental o de otro tipo, pues lo imperante en su ejercicio es la tradición del festejo, la identificación del pueblo, y ciertas intenciones conmemorativas y hasta de gozo colectivo (Zarauz, 2016, pag.112).

Bajo esta definición se tendría que analizar que ambos eventos tienen las características que el autor menciona: cumplen con el objetivo de integración social, ya que los desfiles llevan consigo una carga comercial y económica muy fuerte, directa e indirecta, pero que finalmente benefician a la misma población. Por otro lado, aparentemente lo gubernamental no se involucra en estos eventos pero son quienes otorgan permisos y algunos patrocinios. Sin embargo, se cumple la tarea de identificar al público con la tradición, festejar sin perder la solemnidad, ya que gracias a las temáticas de los desfiles se ha comprobado que se mantiene y conmemora a la memoria colectiva al rescatar personajes de la vida política y cultural de México. Y todos los objetivos anteriores son realizados a través de dos eventos que forman parte del gozo y disfrute de la población y turistas. Es importante destacar que el Día de Muertos se ha consolidado como una nueva industria cultural¹ en la cual la gestión cultural² está íntimamente relacionada

¹ Definición de Industria Cultural según Adriana Zapett:

Max Horkheimer y Theodor W. Adorno(1) emplean el término Industria cultural para referirse a la mercantilización de las formas culturales producidas por el surgimiento de las industrias del espectáculo en Europa y Estados Unidos a fines del siglo XIX y comienzos del XX, proporcionando una de las primeras descripciones sistemáticas de la mediatización de la cultura moderna. No obstante, el concepto de industria cultural no sólo hace alusión al tipo de cultura que se transmite en los medios masivos de comunicación como pueden ser la televisión, el radio, el cine, los periódicos y revistas; en los cuales los bienes culturales se diseñan y producen conforme a los objetivos de la acumulación capitalista y de la ganancia de utilidades. La industria cultural modela los comportamientos, configura los sentidos, la percepción y reproducción de valores.

a este tipo de eventos, que ha alcanzado números impresionantes de asistencia. La festividad de Día de Muertos ha sido el impulso y fomento cultural que se requería, beneficiando directamente la cartelera cultural “octubre-noviembre” en centros culturales, casas de cultura, museos y panteones de la Ciudad de México, así como las características que menciona Zarauz:

La fiesta popular puede tener distintos orígenes y fines: cívico, familiar, religioso o bien una mezcla de estos factores, pero su característica general es la suma espontánea a la celebración, aunque existan estímulos externos (del comercio, del sistema, de institucionales). Abarca todos los espacios: rural, urbano, las poblaciones pequeñas, provincianas y ciudadanas; cruza por distintos ámbitos sociales y no necesariamente está circunscrito a una clase; puede tener una connotación patriótica, religiosa o cultural, y puede ser antigua o relativamente contemporánea (Zarauz, 2016, pág. 112)

Si las afirmaciones de Zarauz son acertadas, podríamos concretar y justificar que ambos desfiles representan la suma de los orígenes y los respectivos fines, mismos que competen al Día de Muertos. Por supuesto, todo el simbolismo detrás de los disfraces y carros alegóricos se resguardan en significados que representan a la tradición y también un vistazo a la cultura periodística mexicana, recopilada en la Ciudad de México donde los eventos se sostienen de la aprobación y participación de diversas instituciones y la exuberancia de la derrama económica, la mezcla de clases sociales que resultan imperceptibles, ambos eventos determinan y exhiben una connotación cultural antigua y la vigente. Por supuesto, todo lo expuesto será comprobado y determinado al llegar a las conclusiones de esta investigación.

² Definición de Gestión cultural:

Luis Ben aporta: “la gestión cultural [se entiende] como el conjunto de herramientas y metodologías empleadas en el diseño, producción, administración y evaluación de proyectos, equipamientos, programas o cualquier otro tipo de intervención que dentro del ámbito de la cultura creativa se realiza [...] con la finalidad de crear públicos, generar riqueza cultural o potenciar su desarrollo cultural en general.” (Ben, citado por De León, 2005:26).

DESCRIPCIÓN

La metodología utilizada en el presente trabajo consistió en la investigación de la asociación Mega Body Paint México y la ejecución de sus proyectos culturales, así como cierta información proporcionada directamente de la presidenta Jessica Esquivias.

A su vez se analiza un informe básico de cómo se desempeña el *body paint* y *face paint*, abordando directamente los *castings* para maquillistas, así como la metodología en las audiciones y su realización gracias a la observación directa. También se realizaron entrevistas tanto a la presidenta de la asociación, a maquillistas profesionales y a los líderes de los contingentes, tomando en cuenta la conferencia de prensa del evento.

Por último, se realizó una observación participante en donde jugué un rol como líder de contingente de las Catrinas Clásicas, lo que conllevó la responsabilidad del registro, informes, coordinación de los participantes, la organización del contingente el día del evento, entre otras tareas junto con la recopilación de información acerca del desarrollo y procedimiento en la Mega Procesión 2018.

Por otro lado, durante el proceso de investigación del Desfile de Día de Muertos se realizó un procedimiento diferente, ya que solamente se enfocaba en investigar cómo se realizaban los preparativos para el desfile. Además se requirió una audiencia con Paola Schlaepfer, directora de la compañía Callejón Salao quien también fue la productora encargada de realizar la mitad del desfile perteneciente a la Secretaría de Cultura, lo que requirió la autorización de la directora de la productora artística ya que los ensayos del desfile eran privados.

La parte de la investigación enfocada en la productora Callejón Salao involucró trámites oficiales bajo la justificación que no había llegado ninguna oferta de investigación académica. De modo que la directora Paola Schlaepfer solicitó una carta de exposición de motivos avalada

por la universidad y una carta compromiso. Ambas especificando que adquiriría el permiso de fotografiar y grabar ensayos, así como entrevistar a los voluntarios. Sin embargo, este material no podía mostrarse ni publicarse en ninguna plataforma digital hasta después que ocurriera el desfile. La participación en el desfile consistió en acudir a los ensayos de algunos segmentos, presenciar el ensayo general, asistir al desfile con horas de anticipación donde se pudo entrevistar a los voluntarios.

Cabe mencionar que también se realizó una breve investigación a la película *Spectre* y la realización de la escenificación del Día de Muertos en el Zócalo Capitalino. Sin embargo, en la presente investigación se enfoca en tratar la cuestión de la escasa información relativa a los personajes e instituciones involucradas en la gestión y negocio con la productora *Metro Goldwyn Mayer*.

Para finalizar esta investigación, en el último capítulo se realizó la comparación de ambos eventos, analizando los aspectos benéficos sociales, económicos, culturales, turísticos y artísticos en la Ciudad de México, destacando la entrevista de un valioso patrocinador que participa activo en ambos desfiles, la funeraria Gayosso. Así como un breve análisis de contenido en la cartelera cultural de la ciudad y la Mega Ofrenda del Zócalo Capitalino.

CAPÍTULO 1. MEGA PROCESIÓN DE LAS CATRINAS

1.1 Día de Muertos en la CDMX

El Día de Muertos es una de las tradiciones más antiguas en la república Mexicana, y por supuesto, cada estado tiene diferentes costumbres de celebrarlo año con año. La celebración del Día de Muertos está compuesta de profundas raíces indígenas combinadas con elementos europeos de acuerdo al resultado concerniente a “la conquista” en 1521 y posteriormente al mestizaje de razas, ideologías, costumbres, tradiciones y religión e incluso la idea de la muerte que ha aterrizado hasta la actualidad.

La fecha universal para la celebración fue elegida a manera que coincidiera con ambas culturas y sus tradiciones, la composición de la festividad, lo cual sumando elementos católicos español y a los mortuorios indígenas según la opinión de Héctor Zarauz:

Por ejemplo, se establecieron las fechas de culto que hoy conmemoramos: el 1 de noviembre, que es conocida como de todos los Santos y fue instituida originalmente por la Iglesia católica para conmemorar a todos los bienaventurados y santos que gozan la gracia de Dios en el Cielo, y el 2 de noviembre, llamada de Fieles Difuntos, consagrada para quienes habían muerto en la gracia de Dios (Zarauz, 2016).

Ambas fechas son consideradas oficiales y generales en todo el país, sin importar el estado o región, a diferencia de otras prácticas y elementos participes en la celebración que justamente son resaltados y su particularidad representa a dichas entidades. Sin embargo, cabe mencionar que existen algunas diferencias hasta en las fechas, algunos estados inician su festividad a mitad y finales de octubre y se extiende hasta los primeros días de noviembre.

Por su parte, se puede expresar que la Ciudad de México es el estado en el que se realiza y festeja de una forma muy universal, englobando los conceptos y elementos generales de la

tradición³, en comparación a otros estados de la republica con costumbres más laboriosas, parafernalias y profundas. Gracias a todo el despliegue de prácticas, simbolismos y extensión de ejemplos dentro de la misma celebración, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) decidió considerar y declarar al Día de Muertos como “Patrimonio⁴ Inmaterial⁵ de la Humanidad” en el año 2003. A continuación se presentan

³ Entendiendo el término de Tradición, según la definición de Javier Arévalo:

La tradición es una construcción social que cambia temporalmente, de una generación a otra; y espacialmente, de un lugar a otro. Es decir, la tradición varía dentro de cada cultura, en el tiempo y según los grupos sociales; y entre las diferentes culturas. La tradición, para mantenerse vigente, y no quedarse en un conjunto de anacrónicas antiguallas o costumbres fósiles y obsoletas, se modifica al compás de la sociedad, pues representa la continuidad cultural. De aquí, justamente, su versátil capacidad de cambio y de adaptación cultural. La tradición, para ser funcional, está en constante renovación, y se crea, recrea, inventa y destruye cada día. Porque la tradición contiene en sí misma los gérmenes de la estabilidad y del cambio. Y el cambio, en términos de adaptación sociocultural, es consustancial a toda sociedad; continuamente se crean nuevas formas de expresión cultural.

El soporte del cambio suele ser la tradición y, parte de ella, se encuentra incorporada a los resultados del proceso de cambio, la continuidad. Ahora bien, tradición e innovación son categorías que están unidas mecánicamente. Continuar sin renovar es sólo repetir, mientras que innovar, sin el soporte del pasado, de la experiencia vivencial, puede equivaler a hacer castillos en la arena.

⁴ Definición de Patrimonio según Javier Arévalo:

El patrimonio, entonces, remite a símbolos y representaciones, a los “lugares de la memoria”, es decir, a la identidad. Desde este punto de vista el patrimonio posee un valor étnico y simbólico, pues constituye la expresión de la identidad de un pueblo, sus formas de vida. Las señas y los rasgos identificatorios, que unen al interior del grupo y marcan la diferencia frente al exterior, configuran el patrimonio.

⁵ Definición de patrimonio inmaterial según Javier Arévalo:

El patrimonio inmaterial refleja la cultura viva, y entre otros referentes comprende las costumbres y tradiciones, las prácticas y hábitos sociales, las prácticas relativas a la naturaleza, la medicina tradicional, los rituales y las fiestas, los saberes, los conocimientos, las lenguas y las expresiones verbales, todos los géneros de la tradición oral, la música, el baile y la danza, las artes narrativas y del espectáculo, las cosmologías y los sistemas de conocimiento, las creencias, los valores, etc., que constituyen la expresión de la identidad de un pueblo o grupo étnico o social; en suma, sus formas vivas de vida.

los elementos más importantes que componen el Día de Muertos en la Ciudad de México, aspectos que coincide a la descripción de Héctor Zarauz:

Hoy día, en plena modernidad neoliberal del siglo XXI, el mexicano se prepara con fervor todos los años para recibir la llegada de sus muertos. Para ello dispone en sus hogares de un espacio donde elabora altares especiales, prepara comidas, dulces, adornos, velas. Paralelamente abarrota los cementerios; hasta ahí lleva flores y velas, música, comida y bebida. Las tumbas son un escenario espiritual y prosaico donde reza, recuerda, llora, ríe, canta a todo pulmón con mariachis o tríos norteños, come y se embriaga con sus muertos. (Zarauz, 2016)

La definición mencionada es un pequeño resumen que ofrece el autor con respecto a los objetivos y elementos características en los que recae en la tradición del Día de Muertos, si bien lo menciona de una forma muy fundamental, es básicamente la cualidad más común o en los elementos que coinciden la mayoría de los estados de la república y por otro lado, es una descripción esencial, sencilla y básica de cómo se vive la tradición en la capital del país, resumido en una ofrenda hogareña y visita a los panteones.

A continuación se realizará una breve descripción de los elementos más importantes y comunes que se encuentra y compone la ofrenda de Día de Muertos en la CDMX: La ofrenda se compone principalmente de los alimentos favoritos del difunto al que se le dedica la ofrenda, ya que se tiene la creencia que el difunto toma el aroma de la comida y su bebida preferida, con algunos elementos extra que se colocan en el altar y están íntimamente relacionados con el fallecido.

Entre los elementos más populares que componen la ofrenda según lo menciona Zarauz (2016) son los siguientes: mole, tamales, pan de muerto, dulces, agua simple que ayuda a saciar la sed después del viaje, atole, tequila, mezcal, cerveza, pulque, flores cempasúchil como guía para los difuntos y en el caso de la Ciudad de México es común utilizar la flor llamada “terciopelo”, fotografías del o los difuntos a quien se le dedica la ofrenda, y en el caso de las ofrendas públicas es común encontrar fotografías de políticos, artistas, actores etc. Velas e

incienso para iluminar su camino, objetos que recuerden su oficio o trabajo, objetos personales o juguetes, papel picado, entre otros elementos como imágenes religiosas, etc.

Podríamos extender y hondar más en el simbolismo detrás de cada elemento en las ofrendas tradicionales, sin embargo, sólo se aterriza en lo que comprende a la tradición en la Ciudad de México. Para finalizar, terminaremos con una reflexión de Héctor Zarauz:

En cuanto a las actividades celebratorias en torno al Día de Muertos, se observa que en las últimas décadas se ha dado un proceso por colectivizar y hacer público el festejo hasta convertirlo en un gran evento social, rebasando lo meramente espiritual y privado. Actualmente la fiesta se realiza no sólo en el ámbito de lo familiar, sino que ha adquirido una connotación abierta, de recreación en el espacio público; sitios en los que la tradición espiritual se funde con nuevas intenciones como las culturales, sociales, políticas y hasta comerciales (Zarauz, 2016).

Como lo menciona el autor, el hecho que el Día de Muertos en la Ciudad de México se sigue manteniendo vigente y jamás se ha “pausado”, por parte de la tradición sigue siendo practicada y heredada. Sin embargo, en la segunda década del siglo XXI se ha modificado pero sin perder su toque original, es decir, la tradición se ha transformado en una fiesta colectiva debido a la inclusión de un evento social magno en el que participa toda la Ciudad de México; es decir, los desfiles de Día de Muertos. Sin embargo, a pesar que ha logrado una nueva efervescencia, la tradición espiritual, familiar y privada se sigue manteniendo. Los días previos se realiza la celebración, la fiesta, lo colectivo, pero en las fechas oficiales el 1 y 2 de noviembre se mantiene el respeto, la tradición y la remembranza en el hogar y en la visita al panteón.

1.2 La historia de La Catrina

El caricaturista José Guadalupe Posada es reconocido por sus creaciones en grabados e ilustraciones con personajes de calaveras y esqueletos en México a mediados del año 1900. Entre los muchos trabajos del artista, destaca uno en particular conocido como “la Calavera Garbancera”, dicho grabado que sobrelleva una historia y un enorme significado oculto detrás de una pequeña ilustración de 30x 40 cm de dimensión con una técnica precisa y una creatividad

única. La historia profesional de José Guadalupe Posada inició en la alfarería como ayudante en el negocio de su tío paterno realizando tareas artesanales y apoyando a su hermano, quien fue profesor de escuela primaria, a quien ayudaba con dibujos y pinturas para enriquecer sus clases. Sus labores gráficas jamás se vieron separadas del trabajo editorial y periodístico.

El caricaturista Guadalupe Posada llegó a la Ciudad de México en el año 1888 debido a la oferta de trabajo en el taller de Antonio Vanegas Arroyo, con un aproximado de 20,000 ilustraciones realizadas, entre ellos “la Calavera Garbancera”. Los grabados e ilustraciones salidas de la imaginación del autor poseen el objetivo de hacer sentir identificado al receptor recreando escenas cotidianas del México de ese entonces. La Calavera Garbancera reproduce una visión antigua que va más allá de la época de su creador, estableciendo una dualidad significativa entre el humor, la ironía, pero también el temor y la veneración dentro de un país conflictivo políticamente hablando.

El grabado de “la Garbancera” fue realizado aproximadamente en el año 1912 bajo la práctica en zincografía, la técnica de imprimir dibujos en una plancha de zinc. Obteniendo excelentes resultados tras años de práctica y coincidiendo con la etapa de madures artística de Posada y fortuitamente realizada un año antes de su muerte. A continuación se presenta la descripción proporcionada por Ingrid Fugellie del texto “La Catrina. Una imagen para la eternidad”:

Ubicada en primerísimo plano, parece mirarnos desde arriba. La reducida cabeza contrasta con el gran tocado que la cubre y sobrepasa, mostrando una inconsistencia más aparente que real. Hay algo de patético en este personaje de cuerpo inexistente (probablemente descansando en el más allá) cuyos ojos, dos cuencas vacías, dos agujeros negros, constituyen la metáfora misma de la ausencia de alma. Sonríe sin ojos, mientras muestra intacta una enorme dentadura, signo clave de su poder destructivo y voraz. Los elegantes atavíos no consiguen ocultar una suerte de tragedia expresada en el ceño angustiado y triste. Las nubes, único elemento del fondo, sugieren su presencia literalmente en el cielo, y muestran su carácter fantasmal y ambiguo. El peso de la oscuridad recae sobre esta pobre mujer que es la muerte, todo muy cercano a su calavera: restos inútiles, materia gris inexistente, simbolizando al mismo tiempo nuestra inconmensurable ignorancia respecto a lo que sucederá después de que el cuerpo se acabe (Fugellie, 2012).

La reseña de la autora da una extensa descripción de lo que se ve más allá de un grabado en zinc y quizás una ideología similar a la de Posada cuando definió los apremiantes detalles de esta obra. “La Calavera Garbancera” es un acercamiento inexplicable de lo que hay más allá de la muerte, de lo que la muerte no permite conocer antes de tiempo.

A raíz de esto, la autora Ingrid Fugellie argumenta lo siguiente con respecto al nombre de La Catrina: “Posada llamó originalmente La Calavera Garbancera a La Catrina, aludiendo al carácter “arribista” del personaje. En esa época recibían tal denominación las personas que, siendo nativas, asumían identidades extranjeras renegando de su origen” (Fugellie, 2012).

Es decir, la autora se refiere al fenómeno conocido en la cultura actual como una persona “Malinchista”, es decir, la persona que da preferencia, defiende, consume y sobrevalora lo extranjero, mientras que lo nacional lo menosprecia; cabe mencionar que esta conducta no sólo se refiere a productos u objetos sino también individuos, un fenómeno muy marcado y reprochado en el actual siglo XXI.

Por otro lado, la autora también ofrece una descripción analítica sobre la condición física del grabado de Posada, a lo que ella se refiere como una descripción de un ser femenino falto de inteligencia, con un agudo sentido frívolo y superficial:

En este sentido, La Catrina sería una mujer a la moda, vacía y triste, paradigma femenino en la visión crítica y mordaz de Posada, hombre de su tiempo, juez implacable del momento que le corresponde vivir. La revolución, el cambio de la sociedad entera, y no sólo de la condición femenina, aparece como prerequisite en el logro de un orden humano más justo (Fugellie, 2012).

La autora hace una descripción caricaturesca de la conciencia moral histórica en México, probablemente se refiere a un paradigma de la mujer en los inicios del siglo XX, una certera “injusticia histórica”. Como ya se da por sentado, la Catrina o la Garbancera es aquella mujer perteneciente a la clase alta, a la clase dominante y esto es un prejuicio de acuerdo a la vestimenta, o más preciso, al sombrero y los adornos que luce el personaje y que por supuesto, en palabras de la autora, Posada no dudaba en ejemplificar, emparejar y asemejar a la burguesía o la clase alta con la muerte, iguales en cuanto a sus poderes tiránicos de ambos. Por otro lado, cabe destacar otra reflexión más que hace Ingrid Fugellie:

Pero esta calaca es tan sólo un fragmento de la historia, la parte moderna y urbana del mito mexicano de la muerte. La otra, sumida en las profundidades del México Antiguo, telúrico y agrario, definitivamente ligada al recuerdo de los seres queridos que han abandonado este mundo, y refugiada en las ofrendas, los rituales funerarios y las ceremonias que se celebran en panteones, calles y viviendas de los pueblos, esa no tiene sino el sello amoroso que perpetúa la memoria de los que se fueron, para reeditar cada año su regreso, y la posibilidad de conservarlos eternamente (Fugellie, 2012).

Un análisis profundo culturalmente hablando y dándole la razón a la autora, sería muy similar al objetivo que actualmente buscan, resuelven y combinan los eventos a los que hace referencia este trabajo: la MPCatrinas y el Desfile de Día de Muertos. Por otro lado y continuando con la historia de La Catrina, posteriormente al fallecimiento de José Guadalupe Posada aproximadamente en 1920 nació el movimiento del muralismo mexicano y conjuntamente la aparición de los artistas más famosos de esta tendencia.

El artista Diego Rivera es quien destaca en esta intervención, ya que fue el personaje que descubrió el basto material de Posada y de inmediato lo catalogó como artista de arte

popular y posteriormente se le nombró como el “el gran precursor del arte moderno en México”, Claudio Lomnitz argumenta lo siguiente:

Posada se había valido del esqueleto como un símbolo de la verdad, de una verdad muy particular: la universalidad de la muerte ponía de manifiesto la igualdad fundamental del hombre. El esqueleto vestido mostraba la naturaleza arbitraria y violenta de la desigualdad social (Lomnitz, 2013).

Un artista completamente entregado a representar al pueblo con un símbolo de igualdad como lo es la fisonomía del esqueleto humano, sin embargo, aún en el dicho coloquial “para la muerte, todos somos iguales”, Posada consiguió marcar las diferencias sociales y económicas en sus grabados. Aunque se tenía perfectamente identificada esta ideología de Posada, la generación de muralistas y especialmente Diego Rivera, concibió el uso de la calavera con otro significado como “un símbolo peculiarmente mexicano”, un símbolo que combinaba las raíces de la cultura popular y las prehispánicas.

A partir del descubrimiento de Posada, Diego Rivera se convirtió en un fanático de los esqueletos muy al estilo de su antecesor e ídolo y rebasando su obsesión por ellos. “Los esqueletos bailarines de Posada proporcionaron a Rivera el vínculo estético entre el arte moderno, el arte precolombino y el arte popular. Así fue como el esqueleto de México alcanzó su categoría como tótem” (Lomnitz, 2013). Es decir, gracias a la revelación que le heredó Posada a Rivera, más esa nueva atracción por los esqueletos, es que Diego Rivera propició el fenómeno de rebautizar a “la Garbancera” de Posada como “La Catrina”.

Este nuevo personaje modernizado, actualizado y rejuvenecido e incluso “completado”, al ya no ser sólo el cráneo, torso y un sombrero, ahora tiene cuerpo completo e incluso vestimenta, ella es bautizada como “la Catrina” por Diego Rivera en 1947 cuando fue el personaje estelar de su mural: “Sueño de una tarde dominical en la Alameda Central”. A continuación se expone la participación de este personaje en el mural de Rivera, descripción proporcionada por la Fundación PROA:

Diego Rivera represento como figura principal a la Calavera Catrina (la muerte), vestida muy elegante, con la serpiente emplumada –representación mítica esencial de la cultura prehispánica de México-. La catrina es una obra originalmente creada por José Guadalupe Posada, artista que destaca en la creación mexicana de fines del siglo XIX y principios del XX, el se encuentra tomando el brazo de la catrina. Rivera plasma como personajes centrales de la obra a Posada y la Catrina, debido a que este fresco está dedicado a este gran artista, considerado él más importante grabador mexicano y a quien Rivera siempre reconoció como su gran inspiración. (Fundación PROA, s/f)

Aparentemente así fue la evolución de este personaje, desde el nacimiento y sus antecedentes en el imaginario de Posada, avanzamos a la modernización con el muralista Diego Rivera y su fascinación por los trabajos de Posada, lo cual llevo al renombre del personaje. Se podría pensar que históricamente con Rivera se acabó el personaje femenino de esqueleto y vestimenta del porfiriato, sin embargo, años después avanzamos a la actualización con el fenómeno que se discute en este trabajo; la toma de un personaje histórico, artístico y popular en un nuevo fenómeno cultural y artístico, los nuevos desfiles de Día de Muertos y específicamente la Mega Procesión de las Catrinas, un desfile dedicado a este personaje.

1.3 Antecedentes del *Body Paint*

El presente capítulo se concentra en la exposición del *body paint* y su práctica en la CDMX, partiendo de una investigación a la asociación civil Mega Body Paint México, grupo creador que dio origen a la Mega Procesión de las Catrinas. Para poder profundizar acerca del contexto del *body paint* en la Ciudad de México, fue necesario realizar entrevistas a la presidenta de Mega Body Paint México así como a algunos artistas y expertos que practican el *body paint* de manera continua.

En el presente capítulo se expondrá información acerca del *body paint*, así como su concepción y práctica en la Ciudad de México (CDMX), siendo que dicho conocimiento artístico es adoptado por la asociación civil Mega Body Paint México (MBPM) la cual considera al *body paint* como hito de identidad para reunir artistas interesados en esta práctica,

haciendo que cada vez tome más formalidad y consideración en diversos contextos culturales. Dicha asociación es merecida de mencionar, ya que ha revivido a la ciudad en un ambiente festivo y conmemorativo del Día de Muertos. Al ser gestores de un evento masivo, un desfile novedoso titulado la Mega Procesión de las Catrinas, tema central en esta investigación. Erradicar la influencia contemporánea que ha dejado la fiesta de *Halloween*, dedicación y técnicas.

El *body paint*⁶ es una modalidad de arte, que incluye múltiples técnicas y temáticas. Posee una historia que principalmente se remonta a tradiciones antiguas y con propósitos distintos a los actuales, tal como lo menciona el investigador Manuel Gonzales:

Entre los pueblos primitivos fue frecuente el uso de pinturas, que aplicadas sobre el cuerpo refieren un uso festivo, ritual y sacerdotal, así como un camuflaje para la caza. El uso de la pintura sobre el cuerpo, en los antepasados, se facilitó al descubrir las tierras de color, el carbón de madera, la tiza, la sangre de los animales, etc., para así utilizar sus colores y hacer frente al enemigo, para el ritual, la identidad con la tribu, y para facilitar la caza (González, 2009, pág. 58).

Como lo menciona Manuel González, la costumbre de cubrir el cuerpo humano con pintura tuvo un sentido y un acto ritual en las épocas antiguas, actualmente esta práctica ha evolucionado en materiales, técnicas, usos, y rituales. Gracias a dicha evolución ya es considerado arte, basado en la reciprocidad entre la piel y el pigmento, el diseño y un nuevo significado e identidad⁷ individual; inclusive el acto social de desnudarse en público como lienzo para *body paint*, ya no es mal visto.

⁶ El concepto de *Body Paint* según Manuel González: El maquillaje corporal como producto final, es una obra, conocida como arte ornamental o decorativo, lograda mediante el uso de una técnica, y es una síntesis de otra técnica propia, la pintura, pintura sobre la piel; por otro lado se puede decir que es también escultura, porque el soporte es tridimensional, ya que conjuga otras cosas como vestuario, peinado, y ornamentación; y por último también involucra diseño por tener como base una propuesta de diseño (González, 2009, pág.58).

⁷ El concepto de Identidad según Javier Arévalo: La identidad, por otra parte, es resultado de un hecho objetivo (el determinante geográfico-espacial, los datos históricos, las específicas condiciones socioeconómicas..) y una

¿Por qué es relevante el *body paint* en la cultura artística?

El arte corporal ha sido relevante en otras prácticas artísticas como la danza, fotografía, teatro, *performance*, entre muchas otras que se expondrán más adelante. Continuando con las características generales del *body paint* según Gonzáles:

La pintura corporal es un sistema de comunicación que tiene su origen en un planteamiento creativo y artístico, su uso es decorativo y lúdico. Sus temas son la naturaleza, animales y vegetación, la fantasía, la abstracción, el camuflaje, donde el cuerpo se inserta en un ambiente o espacio específico. Los materiales que se utilizan actualmente es la henna, pigmentos naturales y maquillajes corporales, también se utilizan lacas para resaltar tonos y brillos, o látex para crear volúmenes que van más allá de los del propio cuerpo, su aplicación es con ayuda del aerógrafo, esponjas o pinceles, los pigmentos deben ser hipoalergénicos, pues al trabajar con material vivo, como la piel, es necesario cuidar en extremo el cuerpo del modelo, el cuerpo como unidad reafirma su expresividad natural (Gonzáles, 2009, pag.59).

Las características figurativas que menciona Gonzales actualmente son altamente explotadas y reproducidas en concursos de *body paint* a nivel internacional en categorías “*amateurs* y *experto*”, eventos tales como *World Bodypaint Festival*. A continuación se muestra un ejemplo gráfico de *body paint* que abunda en temática mixta que ejecuta algunas de las características que describe González.

construcción de naturaleza subjetiva (la dimensión metafísica de los sentimientos y los afectos, la propia experiencia vivencial, la conciencia de pertenencia a un universo local o de otro nivel de integración sociocultural, la tradición, el capital cultural y la específica topografía mental que representan rituales, símbolos y valores).



Figura 1. Ejemplo de *body paint* realizado por la artista Damayanti García, para el *World Bodypaint Festival online 2020*, categoría amateur en la temática Circo Psicodélico año 2020. Fotografía tomada de la red social *Facebook*.

Como se puede apreciar en la imagen, el diseño realizado por la artista es una técnica mixta que conforma varias temáticas como la vegetación y la fauna, manteniendo un toque adoptado a la temática de “Circo Psicodélico”.

1.4 Asociación Mega Body Paint México

Actualmente en la Ciudad de México existe una asociación civil relevante en cuanto a la incorporación de artistas especializados en la práctica del *body paint* y gestión de proyectos aunados a este arte. Sin embargo, la popularidad de dicha asociación se remite a su evento con mayor poder de convocaría y público: la Mega Procesión de las Catrinas.

La asociación civil Mega Body Paint México es fundada en el año 2014, agente reclutadora de artistas, practicantes y fanáticos del *body paint*, *face paint*, maquillaje artístico y pintacaritas⁸. Asociación que promueve el arte corporal, fomentando el respeto y erradicando el morbo hacia el cuerpo humano, presentando que sus eventos sean 100% familiares;

⁸ La definición de Pintacaritas según la página de Asesores Dinámicos es la siguiente:

Las Pinta Caritas son maquillistas que realizan diseños de fantasía para grandes y chicos, utilizan materiales especiales para esta labor (pinturas, escarchas, brillos, joyas) las cuales son hipoalergénicos y garantizan que no dañan ni la piel más delicada.

argumentando que cualquier cuerpo puede ser un lienzo vivo, “ser arte” sobre las dimensiones que este posea.

Los antecedentes de la agrupación MBPM se remontan a los primeros eventos gestionados por su presidenta, Jessica Elizabeth Esquivias Rodríguez, líder, creadora de proyectos y eventos culturales de la asociación, eventos relacionados con el *body paint*. En el año 2012 fue delegada de la CANADEM (Cámara Nacional de la Mujer) en la Delegación Azcapotzalco/Gustavo A. Madero. Los inicios de la asociación se efectuaron en el 2014, mientras Jessica Esquivias fue directora de una Casa de Cultura en la colonia Doctores de la CDMX, donde obtuvo asesoría e información sobre técnicas y materiales para *body paint*⁹ por parte de artistas plásticos. El resultado de dicho aprendizaje fue el primer evento llamado “Reset-arte”.

Posteriormente en marzo del 2014, se realizó un evento nombrado “Mega Body Paint México”; que contó con la participación de 76 modelos y 93 artistas. Según mencionó Jessica Esquivias:

A partir de ese evento, donde se reunieron diversos artistas con ansias de seguir experimentando en la rama del *body paint*. Después se siguieron gestionando diversos eventos bajo la misma temática del *body paint*, como el Día de las Madres y el Día del Niño con el título; “Regalando sonrisas” (Esquivias, 2019).

Tal como lo menciona Jessica Esquivias, dicho evento fue el parteaguas para continuar la realización de eventos con temática de *body paint*, durante su compromiso en la Casa de

⁹ Según Esquivias, el concepto de *body paint* es el siguiente: El *body paint* es una forma artística cultural que nos da identidad, hoy en la actualidad nos sirve para dar precisamente énfasis en obras de arte vivientes, nosotros no les llamamos modelos a las personas que posan para nosotros para poder hacer un *body paint*, nosotros les llamamos “lienzos vivos”, ¿por qué? Porque le están dando vida a la obra de arte que están portando. No es lo mismo ver un lienzo cuadrado, redondo o de cualquier dimensión colgado en una pared a ver tu obra de arte caminando en una pasarela. Nosotros vestimos al cuerpo de arte (Esquivias, 2018).

Cultura. Consecutivamente, dicho evento cedió su nombre a la ahora asociación civil que nació tiempo después.

Festividades extranjeras como el *Halloween* han influido en México, de tal manera que durante la celebración de Día de Muertos disminuía el interés por disfrazarse de Catrina; tornándose más populares los disfraces de villanos, súper héroes, personajes fantásticos, o los de moda de influencia norteamericana. Según lo plantea la presidenta de MBPM, bajo su experiencia personal en la siguiente narración:

Y el mexicano en esta cuestión cultural, tradicional del Día de Muertos y más, ya se había perdido totalmente, todo era *Halloween* aquí en la Ciudad de México. O sea, tú no decías “ay, voy a una fiesta de Día de Muertos”. O sea, tú, “es que voy a un *Halloween*, ¿no?” Y entonces como que... ah... ¡ok! O sea, que ibas al súper y no encontrabas una este... un adorno que dijera “Día de Muertos”, o sea... *Halloween* gigantes en Sam’s y en todos así que ibas al mercadito de tu colonia y encontrabas las máscaras de *Jason*, de *Freddy Cruger* y todo lo que es *Halloween*, ya no encontrabas ni calaveritas de azúcar, y ahorita estamos retomándolo ¿no? (Esquivias, 2018).

Con la declaración anterior podemos contemplar los motivos principales por los cuales era necesario un cambio y renacimiento de las tradiciones mexicanas: fortalecer el Día de Muertos del *Halloween*.

La creación y proyección de la Mega Procesión de las Catrinas fue el evento que la Ciudad de México necesitaba para retomar aquellas costumbres oxidadas y darles un nuevo enfoque fresco adaptado a las nuevas generaciones, dando como resultado una nueva tradición.

Una vez planteada la función y misión de la asociación civil en cuestión, es momento de aludir la importancia por la cual es traída hacia este trabajo de investigación. Por algunos años se ha considerado un debate análogo al acertijo más antiguo: “¿qué fue primero, el huevo o la gallina?”, pues en la CDMX ha sucedido una situación similar con MBPM y la incorporación de su evento la Mega Procesión de las Catrinas y el infinito debate por la primicia contra la película *Spectre* y el Gran Desfile de Día de Muertos.

En el siguiente apartado se hablará del evento MPCatrinas desde su origen, haciendo un espacio entre cada emisión hasta la última entrega, la quinta emisión; la cual fue motivo de investigación y observación participante.

1.5 Proyecto “Mega Procesión de las Catrinas” y sus emisiones

El evento conocido como la Mega Procesión de las Catrinas ha ganado fama entre el público que sin duda se ha convertido en una nueva atracción turística para la CDMX durante el Día de Muertos. Por supuesto, no es el único evento de esta índole, sin embargo, ha sabido abrirse camino entre otros eventos similares, pero siempre manteniendo una diferencia notable y un espíritu social que lo hace destacar.

El evento consiste principalmente en promover la atracción por el personaje de “La Catrina” y realizar un desfile con personas caracterizadas de catrinas, catrines, esqueletos y calaveritas de azúcar, con la técnica del *face paint* y vestuario de libre elección, con el fin de erradicar la influencia del *Halloween*¹⁰. A partir de este momento se utilizará los acrónimos “MBPM”, para referirnos a la organización Mega Body Paint México.

Tras la investigación realizada y la cercanía con la organización, en concreto se han definido cinco puntos, los cuales son los objetivos principales en torno al evento según los datos recabados en la investigación y la observación participante:

¹⁰ Según Héctor Zarauz en *La fiesta mexicana*:

La fiesta de Halloween tiene también profundas raíces históricas. Proviene esta costumbre de los pueblos celtas y deriva de la expresión *all hallow even* o *hallowed evening*, es decir, fiesta consagrada a todos los santos o la noche de víspera de los santos. Los celtas celebraban esta fiesta en Inglaterra e Irlanda el 31 de octubre; llamaban a esta celebración Samhain, y pensaban que sus difuntos regresaban ese día para pasar el invierno en las cálidas casas terrenales de sus parientes, por lo cual se trataba de una bienvenida. El Halloween o Noche de Brujas representa, por su origen anglosajón y estar asociado a la cultura estadounidense, una especie de acceso a la modernidad, una llave celebratoria que nos equipara a los habitantes de las metrópolis de los Estados Unidos y su sistema de vida (Zarauz, 2016).

1. Retomar las tradiciones representativas de México, rescatando la tradición del Día de Muertos.
2. Fomentar la convivencia familiar sana y la participación ciudadana.
3. Redimir los valores en la sociedad, como el respeto hacia el cuerpo humano.
4. Brindar un espacio digno para la cultura.
5. La revaloración del *body paint* como una práctica artística y medio laboral de maquillistas profesionales.

El evento se lleva a cabo en la Ciudad de México el último domingo de octubre una semana antes del Día de Muertos en un horario de 12:00 pm hasta las 9:00 pm, trazando un recorrido céntrico iniciando en el Monumento del Ángel de la Independencia (Av. Paseo de la Reforma), pasando Glorieta de la Palma y Glorieta de Colón, entroncando con el Edificio “El Caballito” y culminando en el Palacio de Bellas Artes (Av. Juárez). El evento conocido como “Mega Procesión de las Catrinas” es sin duda, su evento con mayor asistencia, según la misma organizadora:

Alrededor de 1,600 personas en el 2014, esa fue la primera Mega Procesión de las Catrinas. Segundo año tuvimos un poquito más de 4,000, tercero 16,000 y el año pasado más de 30,000 personas. Y este año pues esperamos tener más de 60 u 80 mil personas en la Mega Procesión (Esquivias, Jessica. Comunicación personal. 8 de septiembre 2018).

Centros comerciales y tiendas de autoservicio únicamente abastecían disfraces y artículos referentes al *Halloween* motivo que fue el principal impulsor para crear la “Mega Procesión de las Catrinas” y restablecer la imagen de “La Catrina” como digna representante mexicana de la muerte y un ícono del Día de Muertos.

Según menciona Jessica Esquivias (2018) el nombre del evento “Mega Procesión de las Catrinas” tiene tres componentes importantes:

- MEGA: hace referencia a la asociación que se encarga de gestionar el evento (Mega Body Paint México).
- PROCESIÓN: es un homenaje a las antiguas tradiciones que existen en los pueblos de todo México especialmente el estado de Oaxaca. Exaltando la costumbre de acompañar al difunto hasta su última morada, los familiares y amigos hacen una procesión de la casa del difunto al cementerio. Durante el trayecto se proyecta una algarabía de música, cantos, rezos, flores coloridas, bebidas alcohólicas a manera de despedida para el difunto.
- CATRINA: dedicado al grabado de José Guadalupe Posada, “La calavera garbancera” y rebautizada “La Catrina” por Diego Rivera en el mural: “Sueño de una tarde dominical en la Alameda Central”.

El nombre del evento actualmente se encuentra registrado como marca así como su lema “La tradición más viva de México” aunque no se tiene claro qué medio de comunicación lo bautizó con este lema, así lo entiende la organizadora.

Ante la falta de interés social por el rescate de tradiciones del pasado en la sociedad mexicana. Con la Mega Procesión de las Catrinas se pretende rescatar esta tradición en la Ciudad de México, incluyendo nuevas formas de expresión y herramientas, es así como en el año 2014 inicia la primera procesión con la participación de 25 artistas (maquillistas) con la asistencia de 1,600 personas a caracterizarse con la catrina y en 2017 recibimos más de 30 mil catrinas y catrines. Con la Mega Procesión de las Catrinas recordamos la importancia de la vida así como la sátira del maestro Posadas hacia la muerte y la igualdad de clases. Parte de nuestro objetivo es fomentar el arraigo cultural a través de las tradiciones mexicanas y resaltar nuestros valores así como formas de expresión artística y cultural en el país, buscando que tenga efecto multiplicador en otras entidades (Barrientos, Mar. Agosto 2018).

Jessica Esquivias hace una breve descripción y una recopilación de la influencia de José Guadalupe Posada hacia el evento naciente en el 2014, fusionando la cultura¹¹ y el arte

¹¹ El concepto de cultura, según la UNESCO:

mexicano expresado en el *body paint*. La presidenta de MBPM, también hace una declaración importante durante el nacimiento del evento en el 2014:

Cuando nosotros iniciamos en el 2014 no se había hecho algo como tal en la Ciudad de México. Nosotros lo hicimos antes de que precisamente viniera a filmar al “007” aquí a México, de hecho varios nos dicen “es que ustedes surgieron del 007” y no es cierto, ¡él surgió de nosotros! Nosotros realizamos la Mega Procesión de las Catrinas en octubre del 2014 (Esquivias, 2016).

Dicha declaración es de suma importancia para los temas que se debatirán en los siguientes capítulos al recabar información sobre ambos eventos y una línea cronológica, que le otorgue el mérito a la Mega Procesión de las Catrinas como precursor en desfiles con la temática de Día de Muertos en la CDMX, por sobre James Bond.

A continuación se presentará el logotipo oficial de la Mega Procesión de las Catrinas, imagen que ha acompañado al evento desde sus primeras emisiones:

...la cultura puede considerarse actualmente como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias y que la cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos. A través de ella discernimos los valores y efectuamos opciones. A través de ella el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo, se reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevas significaciones, y crea obras que lo trascienden.



Figura 2. Logotipo oficial de la Mega Procesión de las Catrinas, tomado de la página de *Facebook* de Mega Body Paint México, 2019.

Actualmente el logotipo del evento se ha convertido en un elemento característico, reconocido y muy útil para la publicidad. Un logotipo útil, sencillo, sin complicaciones que retrata el tema que quiere dirigir a su receptor. Sin embargo, se desconoce si ha sido modificado con los años.

A partir de aquí se utilizarán los acrónimos “MPCatrinas” para referirnos al evento en cuestión. La Mega Procesión de las Catrinas es un evento inclusivo, cualquier persona puede participar, todas las edades, religiones, inclusive sin disfraz. Sin embargo, existe una cláusula para participar en el evento, según lo expresó y remarcó la organizadora en una entrevista en el año 2016:

En Mega Procesión de las Catrinas una de las reglas indispensables como tal, es que solamente las caracterizaciones son catrinas, catrín y calaveritas es de lo único que puedes ir caracterizado. Te puedes ir de cholo, de lo que quieras, pero la caracterización es de catrín, catrina o calaverita solamente (Esquivias, 2016).

Según menciona la presidenta de MBPM, ningún órgano de gobierno de la CDMX, tanto a nivel local o federal, se involucra en la organización del evento. Las únicas instancias que brindan un apoyo imperceptible es la Secretaría de Cultura de la CDMX quien apoya con

logística mientras que la Secretaría de Turismo aporta difusión antes y después del evento por medio de redes sociales como *Twitter o Facebook*. Sin embargo, la Secretaría de Turismo difunde el evento sin mencionar la organización que lo efectúa. Este sería el mayor inconveniente al que se enfrenta MBPM con el apoyo en redes sociales. Según lo declara la entrevistada:

Para la Mega Procesión realmente ninguna instancia se involucra, ninguna quiere involucrarse, en años anteriores ha estado la Secretaría de Cultura apoyándonos con algo de logística sí, CDMX solamente. La federal nunca se ha involucrado, la federal nunca, sólo la CDMX, pero sólo la Secretaría de Cultura, sí. La Secretaría de Turismo nos da algo de difusión en sus redes. Pero de repente se ve en la página de la Secretaría de Turismo: “Así se vivió la Mega Procesión de las Catrinas”, pero no ponen quién la está haciendo. Entonces la gente cree que es un evento de gobierno porque andan anunciando las instancias gubernamentales, pero no están poniendo quién lo hace, quién la organiza (Esquivias, 2018).

Con esta afirmación se crea un ambiente de conflicto, crítica y confusión entre el público interesado en asistir. Y por otro lado la Secretaría de Turismo se hace publicidad con un evento externo, ese es el principal problema de no desligar eventos, gestores y por supuesto, otorgarle los créditos a las asociaciones independientes.

A partir de la segunda emisión de la MPCatrinas se emprendieron procesos de *castings* (audiciones) para maquillistas, artistas, fanáticos del *body paint* y pintacaritas interesados en participar como artistas oficiales, proceso que continua hasta entonces. El proceso inicia con la convocatoria que difunde Mega Body Paint México, posteriormente los artistas asisten a las audiciones programadas previamente por MBPM.

Las audiciones de maquillistas tienen la función y beneficio de un evento respaldado en maquillajes o *face paint* profesionales elaborados por artistas certificados. Sustentando que el público obtendrá un maquillaje de excelente calidad, materiales hipoalergénicos, técnica y sobre todo, redituar el talento mexicano. La organización MBPM no cuenta con una sede oficial

propia para efectuar las audiciones para maquillistas, motivo por la que las audiciones se realizan en diferentes lugares, fechas y horarios.

Primera emisión de la Mega Procesión de las Catrinas

El 26 de octubre del 2014 se realizó la primera MPCatrinas, contó con la participación de 25 maquillistas y cerca de 1,600 asistentes, todos atendiendo la convocatoria por redes sociales, invitaciones de amigos, etc. Según lo explica la organizadora del evento:

Sí, no tuvimos mucha difusión en el primer año pero tuvimos alrededor de 1,600 personas el primer año, sin difusión o sea, sin nada. Puras redes sociales, así y conocidos de conocidos de amigos y hasta ahí, alrededor de 1,600 personas en el 2014, esa fue la primera Mega Procesión de las Catrinas (Esquivias, 2018).

Como se puede constatar con la declaración de la entrevistada, la primera emisión de la procesión fue un poco imperceptible en cuestión de asistentes y participantes, tanto en público como en maquillistas, en comparación a las siguientes emisiones donde los números aumentaron en poco tiempo.

La ruta de la procesión fue diseñada del Monumento al Ángel de la Independencia, como emblema clave e inspiración de la asociación MBPM según la explicación de su presidenta (Esquivias, 2018) hasta la explanada del Palacio de Bellas Artes, ambos monumentos como símbolo de victoria, expresión y reconocimiento a los artistas de *body paint*.

Es dignificar y llegar a Bellas Artes el primer año para nosotros fue eso, el decirle al mundo, los de la primer Mega Procesión, “¡aquí estamos!” El maquillaje está vivo, el maquillaje es arte y es parte de nuestra cultura el maquillaje como tal (Esquivias, 2018).

Durante la primera Mega Procesión los artistas utilizaron la acera en torno al Ángel de la Independencia y comenzaron a maquillar. A las 6:00 pm dejaron de maquillar y 6:30 pm, tanto organizadores como maquillistas y tomaron sus maletas abandonando el Ángel de la Independencia para conformar la procesión. Cabe mencionar que este suceso sólo ocurrió en

esta ocasión y no se repitió. Dentro de la procesión también contaron con el acompañamiento de jóvenes *bikers*, es decir, ciclistas, motociclistas y una comunidad de luchadores.

Por otro lado, en la plataforma *Youtube*, se presenta el video de la primera MPCatrinas, en el cual se puede ver el momento donde los participantes llegan a la explanada del Palacio de Bellas Artes. Jessica Esquivias brinda un discurso explicando el motivo del evento:

Estamos sufriendo en estos momentos, sufriendo de muchas carencias. Mínimo rescatar lo que es 100% nuestro, nuestras tradiciones como mexicanos, hagamos a un lado y enseñémosles a nuestros hijos que nuestras tradiciones son las que valen, que nuestros valores como sociedad son indispensables. Hagamos por favor, unamos fuerzas para que nuestras tradiciones mexicanas sobresalgan. De verdad estamos muy necesitados de amor, de cariño, de valores como sociedad, en un mundo donde hoy las noticias son puros muertos. Lamentamos mucho Mega Body Paint lo que está sucediendo en el país y los invitamos a realizar estas costumbres que son 100% mexicanas, digámosle no al *Halloween*, no a los zombis; son divertidos, ¡sí! lo reconocemos, pero nuestras tradiciones es Día de Muertos. ¡Esta es la primer Mega Procesión de las Catrinas! (Esquivias, 2014).

Con esta declaración una vez más, la directora de MBPM hace evidente el motivo del nacimiento del evento y por otro lado, según la investigación realizada, es la única emisión en la que la entrevistada realizó un discurso al llegar al final del recorrido.

Para finalizar esta primera emisión vale la pena mencionar que el 16 de octubre del 2014 se estrenó la película *El libro de la Vida* en la CDMX cuya temática principal es el Día de Muertos siendo muy controversial en años posteriores, ya que ostentaba el título de haber sido la primera en tratar los desfiles de Día de Muertos en la CDMX ya que la película cuenta con un fragmento que muestra carros alegóricos con la temática del Día de Muertos.

Segunda emisión de la Mega Procesión de las Catrinas

La segunda emisión de la MPCatrinas se realizó el 25 de octubre del 2015. El evento creció en público con un aproximado de 4,000 personas y 72 maquillistas. Se tuvo la participación de

embajadores de marca¹² tales como Cesar Augusto Infante, Marcela Ponzanelli, Gwenn Aelle, Eddie Wolfman, y La Matatena. El trabajo de los embajadores consistió maquillarse de catrín/a y grabar un video de invitación para el público; mencionando su nombre, la fecha, lugar y trayecto del evento, la organización encargada de llevarlo a cabo.

En este año, se dio un suceso de alto impacto para la CDMX, según la declaración de Jessica Esquivias (2018): “En el 2014 nosotros hacemos las catrinas y al siguiente año, en el 2015 vienen a hacer la grabación de *Spectre*, la grabación solamente”. Filmación que repercutió posteriormente a la MPCatrinas.

Tercera emisión de la Mega Procesión de las Catrinas

La tercera emisión del evento fue realizada el domingo 23 de octubre del 2016. Se dio un mayor incremento de público aproximadamente 16,000 personas y 85 maquillistas anexando la participación de más embajadores como Lila Downs, Juan Antonio Edwards, Alejandra Robles, Amanda Tovalin, “Guerrera Isis” luchadora profesional, Rosy Arango “La Rosa Mexicana”, la Séptima Banda, David Solano, entre otros.

En esta tercera emisión se dio un cambio importante, la búsqueda e inclusión de patrocinadores que apoyaran a solventar el evento. Los mecenas del evento fueron la marca Silver Plate, la diseñadora Jossy Javier, la Secretaría de Cultura de la CDMX, Boya

¹² Embajador de marca según Alan Burks, escritor de la página “La voz de Houston”: A la persona que representa a una marca para con el público al que va dirigido con el fin de darlo a conocer, crear una imagen específica del mismo, o de generar oportunidades de venta y de aumentar su preferencia entre los consumidores se les conoce como embajador de marca. A menudo se emplean como embajadores a celebridades, atletas y voceros reconocidos. Además de personas de muy alto perfil, las compañías también contratan equipos de embajadores para difundir el mensaje de su marca entre sus consumidores.

Producciones, Fotocrearte, Turimaps.com, Onyria Studio, Fx y Frecuencia 77 y cerca de 100 maquillistas oficiales del evento.

Cabe mencionar que la marca Silver Plate es una empresa encargada de venta y diseño de ropa casual, especialmente *jeans*. Las redes sociales de la marca Silver Plate difundieron un video donde los artistas de MPCatrinas mencionan que se les otorgó mandiles, playeras, pantalones y ropa en general (de Silver Plate), misma que debía ser usada durante el evento tanto maquillistas y los modelos de la marca. El patrocinio se limitó a 12 personas.

Cuarta emisión de la Mega Procesión de las Catrinas

La cuarta entrega de la MPCatrinas se realizó el domingo 22 de octubre del 2017. Contó con la participación de 185 maquillistas y la colaboración de los embajadores de las emisiones anteriores. Hubo un aumento notable en empresas que se sumaron como patrocinadores: Boya Producciones, Silver Plate, Walker Street Food, Jossy Javier Alta costura, Transform-arte, Tejocote (diseñador de modas), Onyria Studio, Body Art, The Clow Magic, Topos Búsqueda y Rescate, Cumbre Catrinas 2017 “San Juan Teotihuacán”.

Durante esta emisión hubo un cambio importante, ya que Mega Body Paint México realizó la primera conferencia de prensa donde se dio a conocer el evento a los medios de comunicación. El lugar destinado para realizar la conferencia fue el restaurante “La Chilanguita”, ubicado en el Centro Histórico de la CDMX el viernes 13 de octubre del 2017 a las 12:00 pm. Se solicitaba a los medios de comunicación realizar su registro previo por correo electrónico.

Para finalizar esta cuarta emisión del evento, se debe enfatizar en la falta de información acerca del motivo por el cual algunos patrocinadores no repitieron su participación en la siguiente emisión, incluido el restaurante donde se realizó la conferencia de prensa. Y por supuesto, también se desconoce el motivo por el cual MBPM esperó hasta la cuarta emisión

para dar una conferencia de prensa, siendo que desde las emisiones pasadas el número de público que incrementaba cada año ya daba pie para una rueda de prensa.

1.6 Mega Procesión de las Catrinas 2018, estudio de caso

Para el presente trabajo se realizó un trabajo de campo en la quinta emisión de la MPCatrinas, en donde la principal metodología consistió en la observación participante, involucrándome directamente en las actividades concernientes al evento, se explicará cronológicamente cómo se realizó el proceso de interacción con la organización. La fecha destinada para el evento fue el domingo 21 de octubre del 2018.

El primer acercamiento con la organizadora y directora de MBPM, Jessica Esquivias, fue el sábado 25 de agosto en el Palacio Municipal de Tlalnepantla donde se realizó un *casting* para maquillistas del Estado de México. En esta primera reunión se realizó la explicación de este proyecto de investigación para nutrir este trabajo y cómo se realizaría la intervención en el evento y el proceso de elaboración.

Con esto, se pudo obtener una respuesta satisfactoria por parte de la directora de MBPM. Se realizó una segunda visita durante el *casting* del 8 de septiembre en Casa Nextengo en la delegación Azcapotzalco. En esta ocasión Jessica Esquivias explicó cómo se dio el surgimiento de la asociación, en qué consistió el evento, las múltiples dificultades y retos año con año para realizar el evento, especialmente en el proceso de los trámites y gestión.

También expresó que en la quinta emisión, hubo una modificación en el cierre del evento con el propósito de concluir en el Zócalo Capitalino. El argumento tras esta modificación se debió al aumento anual en el número de público asistente, por lo que en la explanada de Bellas Artes resultó insuficiente, según lo manifestó la organizadora. Sin embargo para esta ocasión, la Secretaría de Gobernación no otorgó el permiso para finalizar el evento en el Zócalo de la CDMX.

Cabe destacar que en el año 2018 se realizaron elecciones presidenciales y posteriormente hubo cambios en el gobierno a finales del año. De manera que se especuló que la parte de gobernación del sexenio 2012-2018 fue deficiente en el área de cultura ya que no pararon los impedimentos para realizar la procesión y no pudiera rivalizar con el Desfile de Día de Muertos de la CDMX. Por otro lado, la entrevistada Jessica Esquivias (2019) indicó los permisos que solicitó la asociación Mega Body Paint México para esta quinta emisión de la Mega Procesión de las Catrinas mencionando lo siguiente:

1. Secretaría de Gobierno de la Ciudad de México: es quien otorga el permiso para ocupar espacio público.

2. Protección civil: organización que otorga un lineamiento llamado “Proyecto de protección civil”, el cual se trata de un seguro de responsabilidad civil.

3. Secretaría de Seguridad Pública y Tránsito.

Como se puede observar, a pesar de manejar números impresionantes de público y fomento a la participación ciudadana, las Secretarías encargadas en otorgar los permisos para la realización del evento en cuestión, no colaboran con un evento externo que pueda “competir” con eventos propios, y con base en las afirmaciones y experiencia de la entrevistada, los impedimentos y las batallas con los órganos gubernamentales al parecer fueron más continuos con el sexenio 2012-2018, los mismos que implementaron el Desfile de Día de Muertos.

La importancia del conocimiento en el Body Paint

La asociación MBPM tiene la misión de asegurar que los artistas oficiales realicen maquillajes y caracterizaciones de calidad, buscando resultados profesionales. Según Armando Garibay, artista plástico y practicante del *body paint*, menciona que este tipo de arte tiene diferentes variaciones, técnicas y sobre todo un factor importante que son los materiales. Argumentando bajo su experiencia personal, expresa lo siguiente:

Yo todo lo que aprendí de bodypaint fue por parte de un par de cursos que nos brindaron marcas de maquillaje, ahí te enseñan a manejar las técnicas, te enseñan los tipos de maquillaje, base agua, base crema, base polvo, base aceite, etc. Y te dicen los pros y contras de cada uno todo desde un punto de vista ético que circula en lo hipoalergénico, es decir materiales que no dañen en absoluto el cuerpo humano (Garibay, Armando. Comunicación personal. Marzo, 13, 2019).

El artista menciona que el *body paint* sigue siendo poco conocido, por lo que realmente no existía un aprendizaje del todo académico dedicado a esta práctica artística de forma que en esos momentos los únicos cursos de aprendizaje los otorgaban las marcas de maquillaje que promovían el uso de sus productos.

El artista considera que la gran equivocación que coinciden la mayoría de los practicantes del *body paint* es no tener las nociones básicas de las técnicas artísticas como la pintura y el dibujo:

Otra parte que es la que carecen la mayoría de los *bodypainters* es la formación artística, para eso necesitas nociones de artes visuales y diseño, ahí entran los elementos básicos de la comunicación visual: Punto, línea, calidad de línea, forma o figura, volumen, degradados, texturas, teoría del color, composición, y un muy largo etc. (Garibay, 2019).

El artista considera que es de suma importancia que un practicante del *body paint* tenga los conocimientos básicos ya comentados, sin embargo, no se puede afirmar la cantidad de artistas dedicados al *body paint* que tengan los conocimientos mencionados, así como su técnica de aprendizaje en este arte urbano. Garibay también menciona que el uso más frecuente del *body paint* son las “estatuas vivientes¹³”.

¹³ Descripción de “estatua humana” según la página VAIU STORE, en su artículo “50 ESTATUAS CON ARTE”: En las calles más transitadas de las principales ciudades del mundo, artistas, desocupados, estudiantes y bohemios utilizan su cuerpo como soporte de expresión artística. Así permanecen inmóviles durante largos periodos de tiempo en un fenómeno que se ha venido a llamar “estatuas vivientes” o “estatuas humanas”. Esta inmovilidad se rompe a veces al realizar nuevas poses que complementan la representación que interpretan en la vía pública.

El autor cuenta su experiencia en esa práctica y señala un aspecto relevante en la desinformación y sus consecuencias:

Yo también trabajé en el zócalo como estatua y utilizábamos pintura de serigrafía no tóxica rebajada con aceite de almendras y eso a la larga llegaba a matar ciertas células en la piel. Incluso la ignorancia ya cobró vidas, en el centro, una estatua viviente de las primeras murió por pintarse con aerosol, la cantidad de plomo en la pintura lo mató (Garibay, 2019).

Con esta evidencia podemos comprender la importancia en la utilización de materiales apropiados para *body paint*. Afortunadamente el testimonio del artista ha dado una prueba cruda de la realidad y que no sólo significa pintura en la piel, es calidad en la salud incluso en la práctica artística.

La organización Mega Body Paint México se asegura que cada evento se utilice obligatoriamente el maquillaje hipoalérgico base agua y ahora comprende una vista del riesgo que puede sufrir la piel si no se hace una elección correcta de maquillajes a corto, mediano y largo plazo.

Convocatoria para maquillistas de la Mega Procesión de las Catrinas

A partir del 2017 se extendió la convocatoria para maquillistas foráneos. En el 2018 se abrió una convocatoria especialmente para fotógrafos oficiales del evento. A continuación se muestran la tabla que expone las condiciones de *casting* para maquillistas del interior de la República Mexicana y fotógrafos, realizada con información tomada de la página de *Facebook* de MBPM:

CONVOCATORIA MAQUILLISTAS FORÁNEOS	CONVOCATORIA FOTÓGRAFOS
<p>1.- Realizar un video en donde se maquille una catrina, catrín o calaverita de azúcar en 15 minutos como tiempo máximo. El video no debe tener cortes, ni edición.</p> <p>2.- Subirlo a la página <i>Youtube</i> con el título “casting foráneo (el estado del participante) Mega Procesión de las Catrinas 2018”.</p> <p>3.- Enviar el link del video al correo catrinasforaneas@gmail.com, adjuntando la información: tipo de material que se utilizó, y mencionar las marcas de los materiales, técnica que se utilizó (pincel, esponja, aerógrafo), razones por las que se encuentra interesado en participar y su expectativa del evento, datos (nombre completo, nombre en <i>Facebook</i>, teléfono, dirección y edad).</p>	<p>1.- Domingo 21 de octubre, 12:00 pm en el Ángel de la Independencia, Florencia esquina con Paseo de la Reforma, requisitos para inscripción:</p> <p>2.- Enviar correo a megabodypaint@gmail.com explicando porque quieres ser fotógrafo oficial en este magno evento.</p> <p>3.- Nombre Completo, Teléfono, Dirección y <i>Facebook</i>.</p> <p>4.- Compromiso de compartir material recopilado.</p> <p>5.- Apoyo de inscripción 2018 \$250 (playera, acreditación, reconocimiento y pulsera)</p>

Figura 3. Datos y especificaciones de *castings* para maquillistas y fotógrafos. Elaboración propia, basada en información de Mega Body Paint México difundida en la página de *Facebook* “Mega Procesión de las Catrinas”, 2019.

De acuerdo a la información proporcionada en la tabla anterior podemos tomar en cuenta el auge de popularidad que obtuvo el evento, al grado de aperturar y la convocatoria a toda la Republica Mexica. Un evento masivo que significó una atracción para los artistas de *body paint* y pintacaritas dispuestos a viajar para maquillar unas cuentas horas. Un *casting* a distancia no significó una diferencia notable de acuerdo a las audiciones personales, de los cuales se hablará más adelante.

Las audiciones para artistas de la Mega Procesión de las Catrinas 2018 se realizaron en las siguientes fechas y lugares estratégicos:

FECHA	LUGAR
28 de abril	Delegación Azcapotzalco
6, 13 y 20 de mayo	Módulo de MBPM, Av. Reforma
30 y 31 de Agosto	Delegación Azcapotzalco
8, 9,16, 23, 29 de septiembre	Delegación Azcapotzalco, Av. Reforma, Zona Makeup, Casa Nextengo.
3 de octubre	Onyria Studio, Iztapalapa.
7 de octubre	Av. Reforma

Figura 4. Fechas y lugares de *castings* para maquillistas y fotógrafos. Elaboración propia, basada en la información de la página de *Facebook* de Mega Body Paint México, 2018.

De acuerdo a la información anterior, se considera que los lugares elegidos por MBPM para la realización de *casting* fueron estratégicos, ya que el modulo que se especifica en la Av. Reforma es una oportunidad de ser ubicados con facilidad y ser un agente llamativo para artistas posiblemente interesados en sumarse al evento. Por otro lado, las sedes como Zona Makeup y Onyria Studio son establecimientos especializados en la impartición de cursos y venta de materiales exclusivos para *body paint*.

Proceso de casting para artistas

Durante el mes de septiembre se pudo obtener información de primera mano ya que se retomaron datos del evento, por lo que se pudo presenciar directamente la metodología de los *castings*.

Los aspectos básicos del *casting* son los siguientes:

- El *casting* tiene como juez principal a la organizadora del evento Jessica Esquivias.
- Se solicita tener una técnica precisa, conocimiento claro y adecuado de *body paint* para realizar una *catrina* o *cráneo* adecuadamente.

- Todo el maquillaje debe ser hipoalergénico, base agua sin textura grasosa, especial para *body paint*. Uso de pinceles profesionales, *glitter* cosmético (no diamantina) y pegamento cosmético (no látex).
- Acudir a la audición con un modelo, masculino o femenino.
- Tener experiencia maquillando en un tiempo aproximado de 15 minutos; ya que esta es una de las características más señaladas a la hora de evaluar al artista.
- El jurado da asesoría, consejos y apoyo para mejorar la técnica, en caso que el artista lo necesite.
- El *casting* y la cuota de inscripción son obligatorios para todos los solicitantes, aunque hayan participado en emisiones anteriores.

Los artistas son libres de elegir la fecha, horario y la sede para su acudir a su audición. Al llegar a la sede designada por el artista, con sus materiales instalados y su modelo preparado, le notifican a Jessica Esquivias (como principal juez de la audición) que iniciarán a maquillar. Durante el proceso de maquillaje, la juez se mantiene distanciada evitando que el artista se sienta presionado o nervioso. Los artistas son libres de elegir el maquillaje que realizarán, ya sea catrina, cráneo o calaverita de azúcar es válido reproducir un maquillaje de internet o puede ser diseño propio. La evaluación se enfocó en observar al maquillista, su forma de aplicar materiales, el cuidado al tocar el rostro del modelo, el tipo de pinceles que ocupa para hacer diseños, conocimiento de morfología¹⁴ y la aplicación en el modelo. Sin embargo, si la juez nota alguna equivocación mientras el artista maquilla, le comunica que está cometiendo un error y sugiere como mejorar la técnica en donde está fallando.

¹⁴ Definición de Morfología según la página web TEN IMAGE:

Se entiende por morfología del rostro el estudio de la forma del ser humano y sus proporciones. Este estudio es el que se lleva a cabo de forma previa a un maquillaje, y es que existen tantos rostros como personas.

El tiempo es valioso durante la audición, si la juez considera que el artista lleva demasiado tiempo realizando su maquillaje se lo notifica. Por supuesto, también considerando el diseño que pretende plasmar el artista y los consejos concernientes para maquillar a mayor velocidad. Finalizando el artista, le comunica a la juez para la evaluación del resultado. La juez examina detenidamente el maquillaje y de ser necesario realiza correcciones más comunes como la forma de las cuencas de los ojos, precisión de la nariz, etc. El veredicto se concreta en aprobar el *casting* o reprobarlo. De ser aceptado el maquillista se le da la bienvenida al evento y procede el formato de inscripción y posteriormente se le solicita enviar una foto para obtener su gafete como artista oficial: “Foto con camisa negra de la cintura hacia arriba, profesional, debe ser liso negro, nada destapado, ni con brillo. La tienes que mandar a *megacatrinass2018@gmail.com* que es donde te va a llegar la confirmación de bienvenida, ahí mandas esa foto” (Esquivias, 2018). Al aprobar el *casting* se le solicita llenar un formato de inscripción que contiene datos generales del artista, marcas de maquillaje que utiliza, datos de contacto y firma del artista.

La cuota de inscripción que se solicita al aprobar el *casting*, contempla un *kit* que incluye la playera de maquillista oficial del evento, un reconocimiento de participación, el uso de carpa y mesa durante el evento, la gestión del evento y por supuesto, un porcentaje para el evento que comprende el patrocinio de los artistas. Posteriormente se les envía un correo de confirmación y un recordatorio para asistir a la junta general una semana antes del evento.

Menciona Jessica Esquivias que en la junta general de maquillistas del evento, se hace la aclaración que el día del evento los artistas no pueden llevar acompañantes o ayudantes, a menos que se avise con anticipación y bajo las siguientes condiciones:

Si quieren llevar un asistente, un asistente, debe pagar la mitad de la inscripción y el costo es por uniformarlos y ponerles obviamente su acreditación, igual que el titular pero no pueden tocar el rostro de las personas. El asistente es eso, te pasan las cosas, te limpian los pinceles, te cambian el agüita, esto y el otro, ayuda y lo que quieras, pero no a maquillar, porque si no ya se convierte en una cuestión desleal (Esquivias, 2018).

La notificación que hace la entrevistada es de las más mencionadas al momento que los solicitantes reciben su bienvenida a la MPCatrinas, ya que es una advertencia que debe ser considerada previamente por los artistas para evitar malos entendidos durante el evento.

Como ya se pudo observar directamente el proceso de *casting* más a profundidad en realidad no es un proceso tedioso ni personalizado. Ya que es común que acudan varios artistas a la misma hora y maquillen al mismo tiempo. Aunque las asesorías que da la juez si son personalizadas justamente en el problema que tiene el maquillista, en caso de tenerlo.

¿Cómo se realiza un maquillaje de cráneo?

Durante la audición de maquillistas el 18 de septiembre del 2018, se contó con el apoyo de la artista Mara Hernández o mejor conocida en el mundo del *body paint* como “Mara Villosa” (nombre artístico) como juez para evaluar a los artistas. La artista dio una muestra de cómo se realiza una caracterización de cráneo y los materiales que se requieren; agua limpia para activar el cosmético, pinceles limpios y un recipiente donde enjuagarlos, maquillaje base agua en color blanco, maquillaje *split* en barra de diferentes tonalidades, pegamento para pedrería, lentejuelas, y *glitter* (diamantina) en gel; el tiempo aproximado de realización fueron 20 minutos.

La perfecta ubicación y el conocimiento correcto sobre la morfología del cráneo humano es otra de las piezas elementales para realizar un maquillaje de esta índole: hueso frontal (frente), cuencas de los ojos, (espacio que el maquillista debe palpar para la perfecta ubicación), el arco superciliar (ceja), pómulos, maxilar superior, mandíbula, hueso nasal, y tener la noción precisa de cada hilera y cantidad de dientes. Posteriormente el artista puede jugar con el diseño de formas y colores, incorporando colores, combinaciones y decoración en pedrería.

A continuación se adjuntan evidencias del inicio y el resultado final del maquillaje realizado por la artista “Mara Villosa”:



Figura 5 y 6. Muestra de un maquillaje de cráneo realizado por la artista “Mara Villosa”, modelo: Gabriela de la O. Elaboración propia, 2018.

Como se puede ver en las fotografías, la artista realizó un diseño propio de cráneo con combinaciones de color rojo y diversas tonalidades de azul, acorde a la ropa que vestía en ese momento la modelo Gabriela de la O. Según lo que nos pudo mencionar la artista, lleva 8 años de experiencia practicando *body paint*, lo que le da la oportunidad de realizar un maquillaje de esta índole en un tiempo estimado de 20 minutos y con un precio normal de \$500 pesos. Un ejemplo de conocimiento, experiencia y un trabajo redituable.

Contingentes temáticos de la Mega Procesión de las Catrinas

Aproximadamente, en abril del 2018 MBPM anunciaron invitaciones para conformar los primeros contingentes¹⁵ temáticos oficiales y la convocatoria de líderes de contingente de la quinta Mega Procesión de las Catrinas, ambas convocatorias fueron publicadas y difundidas en

¹⁵ Definición de Contingente, según la Real Academia Española, definición 5:

Grupo, conjunto de personas o cosas que se distingue entre otros por su mayor aportación o colaboración en alguna circunstancia.

la red social *Facebook*. Cabe señalar de la incorporación de esta modalidad, el público podía agregarse a la procesión aunque no perteneciera a un contingente oficial.

Los líderes de contingente elegidos por Jessica Esquivias fueron personas que ya habían asistido a la Mega Procesión de las Catrinas anteriormente y no debieron hacer ningún tipo de *casting*. Simplemente atendiendo la invitación voluntaria. Cada grupo se manejó de modo independiente, tanto en el registro de participantes, las características del contingente, horarios y puntos de reunión en el evento, gastos en la compra de materiales en beneficio del contingente, etc.

En la siguiente tabla se muestra los nombres de los contingentes temáticos que se presentaron en la Mega Procesión de las Catrinas 2018, el orden que tuvieron en el evento, el nombre de su líder, así como las especificaciones y condiciones para ingresar a dicho contingente. La información fue obtenida de las páginas o “eventos” creados en la red social *Facebook* de cada contingente temático.

NÚMERO DE ORDEN EN EL EVENTO	CONTINGENTE	LIDER	ESPECIFICACIONES
1	PREHISPÁNICO	Charlie Hernández	Asistir con traje azteca Ganas de representar las raíces prehispánicas
2	CATRINAS CLÁSICAS DE JOSÉ GUADALUPE POSADA	Alejandría Copado	Los vestidos más pomposos y elegantes, estolas, sombreros llamativos, y la actitud para caracterizar una Catrina clásica.
3	PATINADORES	Isabela Martin Cabrera	Se convoca a hombres y mujeres que sepan patinar en línea o en quads en nivel intermedio o avanzado. Mujeres: vestido corto mexicano holgado, medias negras u oscuras. Patines en línea o quads, guantes negros de preferencia adornados de calavera o de catrina que combinen con el vestuario, diademas grandes de flores, accesorios llamativos como aretes y collares grandes de flores o adornos típicos mexicanos. Hombres: camisa mexicana tipo charro o camisa lisa común adaptada, moño de charro o de mariachi para usar al cuello, pantalón gris, café o negro liso, es opcional usar sombrero de charro que puede ir adornado con flores o adornos típicos mexicanos de día de muertos, accesorios llamativos de charro, patines en línea o quads.
4	QUINCEAÑERAS	Sandy NG	Tener un vestido de xv años y enviar foto Puede asistir con los chambelanes El día del evento llevar dos metros de listón grueso de cualquier color o llevar adornos alusivos
5	NOVIAS	Reyna Rentería	Llevar un vestido estrictamente de novia Puede asistir con toda la corte de honor
6	TRAJES TÍPICOS	Sandra Ruiz	Enviar fotografía del traje típico que se utilizaría el durante el evento
7	EXÓTICAS	Miguel Ángel	“inspirado en una catrina sexy y glamurosa , extrovertida, elegante, moderna y sofisticada. Amante de la buena vida”. Gusto por la pedrería y los vestidos glamurosos. Vestuarios totalmente producidos. No olvidar la temática principal. Ser los mejores del evento, ser exóticos.

8	PERRHIJOS	Tamara	Llevar disfraz tanto el humano como el perrhijo Los perros deben llevar correa Llevar bolsas para las heces Mucha actitud
9	CIRCENSE	Sandie Cornejo	Vestimenta y accesorios acorde al circense 2 metros de listón grueso de cualquier color Toda la alegría
10	PET FRIENDLY Y YORKIE FRIENDS	Saralu Latisnere	Es obligatorio llevar correa y collar con placa con datos para todos los perros. Los perros que asistan al evento deben ser amigables con más perros y con gente desconocida. No podrán asistir al evento hembras en etapa de celo Obligatorio disfraz de catrinas, catrines o calaveras para los perros, sin embargo, el disfraz no debe dañar la integridad, ni dañar físicamente a la mascota. Disfraz obligatorio para las personas Llevar bolsas de plástico para las heces del perro Llevar agua para los perros
11	GITANAS	Irma Arce	Convoca a bailarines árabes y gitanos, músicos, hombres y mujeres de todas las edades caracterizadas de gitanos y árabes. Atuendo relacionado con culturas Balcanes y Medio Oriente. “Alegrar la procesión con panderos, crócalos, velos, bastones e instrumentos musicales”. Se reunirán el domingo 23 de septiembre para conocerse, proyectar la dinámica y resolver dudas, así como planificar una coreografía de danza árabe que presentarían durante todo el recorrido de la mega procesión.
12	STEAMPUNK	Jose Luis	Steamers y cosplayers . Darle un “toque mexicano” al steampunk.
13	PERSONAJES FANTÁSTICOS	Daniela Miranda	SIN ESPECIFICACIONES
14	PACHUCOS	Paola Calderoni	SIN ESPECIFICACIONES
15	CICLISTAS	Blanca Erendira	Acudir con un disfraz de catrín o catrina
16	MOTOCICLISTAS	Ricardo	SIN ESPECIFICACIONES
17	CARROS CLÁSICOS	Estrella de Morales	SIN ESPECIFICACIONES

Figura 7. Tabla de Contingentes temáticos, Mega Procesión de las Catrinas 2018. Información tomada de los links de Facebook según el contingente temático. Elaboración propia, 2019.

La información expuesta en la tabla fueron las temáticas propuestas y acordadas entre los líderes de contingente y Jessica Esquivias para la quinta emisión del evento. Cabe destacar que las especificaciones de cada grupo fueron impuestas por sus respectivos líderes, así como la decisión de qué tipo de vestimenta sería aprobada en dicho contingente y la asesoría al público interesado en unirse.

Contingente “Catrinas de José Guadalupe Posada”

La organizadora Jessica Esquivias me ofreció a mí como investigador, dirigir el contingente de las “Catrinas Clásicas”, durante mi asistencia en el *casting* del 18 de septiembre del 2018, tras la explicación de los deberes y responsabilidades de líder de contingente. El inicio de las tareas como líder del contingente dependió de realizar una página en la red social *Facebook* con los detalles y características del contingente de las “Catrinas Clásicas” y darle difusión en la red social.

El nombre del contingente “Catrinas Clásicas” fue modificado con la aprobación de Jessica Esquivias, a “Contingente Catrinas de José Guadalupe Posada”. Con el cambio de nombre se buscó proporcionar un significado histórico-cultural al contingente, la identificación y balance de una catrina “clásica” bajo las características de “La Calavera Garbancera” de José Guadalupe Posada y “La Catrina” de Diego Rivera. Como principales especificaciones para pertenecer al contingente se solicitó la característica de ejemplificación de vestidos de la época del Porfiriato en México, sombreros tipo francés, estolas de pluma, sombrillas, abanicos, por supuesto, siempre adaptado a la economía y creatividad de los participantes.

El siguiente paso consistió en publicar el evento y difundirlo en las páginas de *Facebook* relacionadas con la Mega Procesión de las Catrinas y Mega Body Paint México. A partir de ese momento la comunicación con personas interesadas empezó a aumentar entre más se difundía

la convocatoria del contingente. La organizadora, creó un grupo de *Messenger*¹⁶ donde estaban incluidos todos los líderes de contingente, con la principal intención de mantener comunicación entre Jessica Esquivias y los líderes, informando los avances, acuerdos y número de personas registradas en cada contingente. Recíprocamente, la organizadora compartía los cambios de logística, horarios, noticias de último momento, e indicaciones generales.

Los datos de la siguiente tabla contiene el número de integrantes, edad y lugar de residencia, según la información proporcionada por los integrantes durante su registro oficial en el contingente “Catrinas de José Guadalupe Posada”. Entre las personas registradas, un 70% pertenecían a la CDMX, el 25% al Estado de México, y el 5% a estados como Hidalgo y Puebla. Sin embargo, los datos recabados en la tabla son imprecisos, ya que el número real de personas que ingresaron en dicho contingente incrementó durante el evento.

Edad	Número de personas
Menos de 20 años	27 personas
Más de 20 años	17 personas
Más de 30 años	34 personas
Más de 40 años	4 personas
Más de 50 años	6 personas

Figura 8. Tabla de datos sobre público total registrado en el contingente “Catrinas Clásicas”. Elaboración propia, 2018.

¹⁶ Definición de *Facebook Messenger*, según el sitio Wikipedia, La enciclopedia libre:

A veces abreviado como Messenger, es una aplicación de mensajería. Facebook Messenger permite a los usuarios de Facebook enviar mensajes entre sí. Complementando las conversaciones regulares, Messenger permite a los usuarios realizar llamadas de voz y videollamadas tanto en interacciones individuales como en conversaciones de grupo.

Como se puede apreciar en la información anterior, el mayor número de personas interesadas en unirse al contingente fue el rango de edad entre los 30 y hasta los 40 años. Mientras que el segundo rango mayor fueron las personas menores de 20 años de edad. Y la cantidad mínima le pertenece a las personas mayores a los 50 años.

Por parte del contingente, se tomó la decisión de hacer un grupo en *Messenger* donde se agregaría a los participantes ya registrados oficialmente; así se dio la actividad de brindar información y mantener contacto con ellos hasta el día del evento. Por parte de los interesados se tuvo muy buena comunicación, resolución de inquietudes, y mayor difusión del evento, la creación de un gafete oficial, la adquisición de granadas de humo y la convocatoria de *staff*¹⁷ como apoyo en el evento y fotógrafos oficiales.

A continuación se presentan los diseños de ambos gafetes, teniendo como ejemplo el prototipo que Jessica Esquivias propuso, mientras que el gafete definitivo fue realizado por los integrantes del contingente “Catrinas de José Guadalupe Posada”:



Figura 9 y 10. (Izquierda): Sugerencia a modificar, diseño de gafete oficial de Jessica Esquivias, 2018.

(Derecha): Gafete oficial del contingente “Catrinas de José Guadalupe Posada”, 2018.

¹⁷ Definición de *staff*, según el sitio THE FREE DICTIONARY

Conjunto de personas que tiene una función o cargo específico dentro de una organización.

Como se puede observar en ambos gafetes, el prototipo sugerido por Jessica Esquivias es un diseño muy básico, previsto que cada contingente modificó y adaptó a un diseño que conviniera con la temática del grupo. Cabe mencionar que dicho gafete debía ser portado por cada miembro de los contingentes temáticos, con la función de identificar cada grupo y mantener un orden más preciso durante la procesión.

Posteriormente se convocó a una reunión con los miembros del contingente “José Guadalupe Posada” para la elaboración de estandartes que se requerían para el evento. La reunión del contingente, se llevó a cabo el sábado 13 de Octubre del 2018 a las 3:00 pm, en el kiosco de la Alameda Central, CDMX. El lugar y horario fue elegido entre los miembros del contingente, buscando un horario factible y lugar céntrico. La reunión del contingente tuvo un tiempo aproximado de tres horas.



Figura 11 y 12. Integrantes del contingente temático “Catrinas de José Guadalupe Posada”. Realizando estandartes del evento, 2018. Elaboración propia.

Las fotografías expuestas fungen como pruebas de la realización de los estandartes y la asistencia de algunos miembros del contingente “Catrinas de José Guadalupe Posada”, en la fecha, lugar y hora ya mencionadas previamente.

Conferencia de prensa de la Mega Procesión de las Catrinas 2018

La conferencia de prensa de la Mega Procesión de las Catrinas fue realizada el viernes 12 de octubre del 2018 en el restaurante “Celtics Pub Irlandés” sucursal Alameda Central, CDMX a las 12:00 pm. Contó con la participación de varios medios de comunicación tanto de televisión, periódicos y noticieros por internet. El registro de los medios de comunicación inicio a las 11:30 am. Al término de su registro la organización de MBPM se les otorgó un gafete que los identificaba como prensa, invitado o patrocinador, según el caso.

El restaurante se adaptó para la ocasión, la participación de modelos caracterizados de catrines y catrinas que lucían maquillajes profesionales. La conferencia tuvo la participación de Alfonso Suárez del Real el futuro secretario de cultura de la CDMX; Manuel Aviles el principal gestor del Desfile de Catrinas Japón; Tania Rodríguez de la fundación “Ayuda en Acción”, y Alexander “Ojo de Lince” empresario de la marca “Body Art” y dos modelos de catrines vestidos con diseños de Eduardo Jiménez en representación de la marca patrocinadora Silver Plate, como anfitriona y organizadora Jessica Esquivias, directora de Mega Body Paint México.

Al inicio de la conferencia de prensa, Jessica Esquivias realizó la presentación de cada invitado. Sin embargo, aunque no se encontraba en el podio, presentó y dio la bienvenida a Sheila Patterson representante de la funeraria Gayosso, empresa que se sumaba como nuevo patrocinador a la Mega Procesión de las Catrinas. Después de la presentación, Esquivias continuó proporcionando los detalles y especificaciones sobre la Mega Procesión 2018; áreas de caracterización, muestra de los uniformes de artistas oficiales, entre otros datos relevantes. Es decir, el 2018 fue el primer año que se implementaron las carpas y los maquillistas ubicados en grupos de cuatro.

Dando paso a la información preventiva y sugerencia de maquillaje, Jessica Esquivias mencionó lo siguiente: “Este no es un desfile que tenga recurso gubernamental, tenemos

únicamente el permiso de instalación. Este evento es sustentado por los patrocinadores, por los artistas y pues agradecemos a toda la gente que llega y se maquilla con los artistas oficiales” (Esquivias, 2018). También mencionó el caso de los artistas “piratas”, refiriéndose a los maquillistas externos al evento y brindó el reconocimiento de los artistas oficiales del evento y su papel como patrocinadores.

A continuación la declaración que hace la presidenta de MBPM sobre su experiencia, un año antes, con los artistas “piratas”:

Les recuerdo que difundamos en todos los medios que precisamente la gente tenga mucho cuidado de no maquillarse con gente que no esté acreditada, porque el año pasado tuvimos gente que estaba pintando con grasa de zapatos, con oleos, con pintura para trabajos escolares, para no decir marcas y eso es muy dañino para la salud (Esquivias, 2018).

Con los argumentos previstos en capítulos anteriores en cuestión de salud y calidad en maquillajes, se puede afirmar que Esquivias no se equivocó en dar este tipo de advertencias a los medios de comunicación y que a su vez ellos lo comunicaron al público asistente al evento. De esta forma, la presentadora y todo el equipo de MBPM, se aseguran de dar las recomendaciones necesarias y una forma de deslindarse de los inconvenientes que pudo provocar maquillarse con artistas externos al evento.

Consecutivamente Jessica Esquivias profundizó en el número de público que se esperaba en la quinta emisión del evento:

Este año estamos esperando más de 60,000 personas, el año pasado según el conteo de gobierno tuvimos un aproximado de 32,000 personas. Este año con la difusión en redes, con nuestros patrocinadores ayudándonos con la difusión y con todos ustedes pues creemos superar la cifra de 60,000 personas en la Mega Procesión de las Catrinas (Esquivias, 2018).

Con la información de estos datos duros sobre las emisiones anteriores, al parecer Esquivias ya tenía una cifra aproximada a la que se podría esperar en la emisión 2018, suponiendo que aumentaría el número de público gracias a la difusión de la conferencia de prensa y apoyo de los nuevos patrocinadores.

Posteriormente la presentadora informó a los medios de comunicación sobre la nueva modalidad de los contingentes temáticos, donde indicó el número de 150 maquillistas oficiales y 18 contingentes temáticos. Al momento que Esquivias terminó con los puntos referentes a horarios y especificaciones del evento; dio a conocer el motivo del porqué la invitación se le había extendido al secretario de Cultura:

Hace unas semanas de enterarse del nombramiento del licenciado Suárez, nos pidieron en redes sociales de hacerle la cordial invitación para estar en esta Mega Procesión de las Catrinas. Y bueno, por mi parte aquí ante todos los medios, también quiero pedir ese apoyo para la gestión, ese apoyo para difundir, ese apoyo para patrocinar estos proyectos culturales, que son bueno que es esta Mega Procesión de las Catrinas que hago con mucho amor en estas cinco ediciones, pero que sí necesitamos mucho apoyo para continuar y para seguir realizando cada año mucho mejor (Esquivias, 2018).

Tras dicha aclaración y solicitud al entonces futuro secretario de cultura de la CDMX el Lic. Alfonso Suárez del Real, tomó la palabra y primeramente agradeció al público de redes sociales por invitación al evento y apoyo en este tipo de eventos, al cual mencionó lo siguiente: “Se ha recreado de manera positiva una tradición que parecía ser condenada a los museos” (Suárez del Real, 2018). Prosiguió su explicación haciendo una relación entre los maquillistas y una breve reflexión sobre la historia de La Catrina y su creador José Guadalupe Posada. Al mismo tiempo, relacionar la historia, lo moderno y las nuevas tradiciones que se están realizando en Japón.

Posteriormente, la participación de Tania Rodríguez representante de la fundación “Ayuda en Acción”, asociación española con sedes en varios países. La participante mencionó a grandes rasgos cómo es que opera la fundación y cuál ha sido su centro de trabajo en México, y su relación con la Mega Procesión de las Catrinas.

Jessica Esquivias retomó la secuencia de la conferencia explicando brevemente cómo se dio la participación y alianza entre la Mega Procesión de las Catrinas y el Desfile La Catrina Japón. Es decir, la alianza que se maneja entre ambos eventos es un intercambio de difusión en

sus respectivos países. Por supuesto, la promoción y la participación de turistas interesados en asistir a la Mega Procesión de las Catrinas para experimentar el evento, no solamente japoneses, sino también de otras partes del mundo.

El organizador del desfile de Catrinas en Japón, Manuel Aviles da su opinión acerca del desfile:

¿Qué les digo? Del otro lado del mundo, obviamente las cosas parecen ser completamente diferentes y Japón es un país muy hacia adentro. No es muy expresivo, pero no le quita el sentir y el Día de Muertos en México sigue siendo desconocido para todo el mundo; no lo pueden interpretar, no lo alcanza a entender. Cómo es que se puede festejar la muerte o qué es festejar la muerte, porque regularmente este es un sinónimo de dolor y cosmología ancestral, ancestral de México tiene esa magia y tradición. La muerte no es muerte, es el inicio de otra vida en otra forma diferente, entonces se festeja y esto, el mundo es algo que quiere pero no puede interpretar (Aviles, 2018).

Según la afirmación del organizador, el desfile en conmemoración al Día de Muertos ha resultado todo un éxito en Japón. País interesado en poner en práctica la vestimenta y el maquillaje de catrina, aunque les sea complicado descifrar el significado.

Durante la sesión de preguntas y respuestas, Alfonso Suarez del Real (2018) mencionó que efectivamente se le seguiría dando continuidad a la Mega Procesión de las Catrinas por el alto nivel que tiene el evento, al ser una iniciativa social.



Figura 13. Conferencia de prensa de la Mega Procesión de las Catrinas 2018. Autor: Héctor Domínguez.

La organizadora Jessica Esquivias argumenta que la asociación MBPM y la MPCatrinas son organizaciones lineales, asegurando que todos los permisos para el evento son legales y no incurren en ninguna falta, siguiendo los protocolos y lineamientos de gobernación. Finalmente Esquivias menciona información sobre los precios de maquillajes en el evento:

Una caracterización como esta, para un evento privado cuesta entre los \$800.00 y \$900.00 dependiendo de la elaboración y el detalle de la producción, para la Mega Procesión de las Catrinas el costo es a partir de los \$100.00 pesos. De los \$100.00 pesos en adelante; es decir, si alguien requiere algún otro accesorio que están los *glitters*, los *links* y demás, está en un costo extra, pero es a partir de \$100.00 pesos (Esquivias, 2018).

Con dicha afirmación la presentadora dejó en claro que no se debe desprestigiar ni menospreciar el trabajo de los maquillistas y pintacaritas, bajo una idea de un “trabajo sencillo” o poco redituable. Sino que durante la Mega Procesión de las Catrinas es el momento en que los artistas ofrecen precios más accesibles al público y depende completamente del público el precio que quiera pagar dependiendo los accesorios que quiera lucir.

Los medios de comunicación, intentaron indagar de qué manera o cuál era el procedimiento para participar en la MPCatrinas, la respuesta de Esquivias fue la siguiente:

Es una participación también del público, no ponemos vallas, no es que cerremos el evento para que vean el desfile. No, aquí todos participan. Llega la gente y nos vamos todos 6:30 de la tarde y nos vamos todos, pero todo mundo puede participar. Si se quieren registrar en algún contingente de los temáticos como son las quinceañeras, los trajes típicos, las catrinas clásicas, ciclistas y más, hay un evento oficial en las redes sociales en Mega Body Paint México encuentran los *links* de todos los contingentes y los líderes para que se contacten con ellos (Esquivias, 2018).

Bajo la siguiente aclaración de la diferencia significativa entre el desfile y la procesión, cabe mencionar que afectivamente la Mega Procesión de las Catrinas no existen las vallas de seguridad y la separación con el público asistente. La siguiente tabla contiene la información relevante concerniente a las cinco emisiones del evento, patrocinadores, embajadores de marca y la cuota de los maquillistas oficiales.

EMISIÓN	PATROCINADORES	EMBAJADORES DE MARCA	CUOTA DE INSCRIPCIÓN DE LOS MAQUILLISTAS OFICIALES
2014	EL EVENTO NO CONTÓ CON EL APOYO DE PATROCINADORES	EL EVENTO NO CONTÓ CON APOYO DE EMBAJADORES DE MARCA	NO HUBO CUOTA DE INSCRIPCIÓN
2015	EL EVENTO NO CONTÓ CON EL APOYO DE PATROCINADORES	Cesar Augusto Infante, Marcela Ponzanelli, Gwenn Aelle, Eddie Wolfman, y La Matatena.	\$300
2016	Silver Plate, Jossy Javier, Secretaría de Cultura CDMX, Boya Producciones, Fotocrearte, Turimaps.com, Onyria Studio, fx, Frecuencia 77. Y cerca de 100 maquillistas, participando al mismo tiempo como patrocinadores del evento.	Lila Downs, Juan Antonio Edwards, Alejandra Robles, Amanda Tovalin, “Guerrera Isis” luchadora profesional, Rosi Arango, “la rosa mexicana”, la Séptima Banda, Marcela Ponzanelli, Eddie Wolfman, la Matatena, David Solano, entre otros.	\$500
2017	Boya Producciones, Silver Plate, Walker Street Food, Jossy Javier Alta costura, Transform-arte, Onyria Studio, Body Art, The Clow Magic, Topos Búsqueda y Rescate, Cumbre Catrinas 2017 San Juan Teotihuacán.	Lila Downs, Juan Antonio Edwards, Alejandra Robles, Amanda Tovalin, “Guerrera Isis” luchadora profesional, Rosi Arango, “la rosa mexicana”, la Séptima Banda, Marcela Ponzanelli, Eddie Wolfman, la Matatena, David Solano, entre otros.	\$500
2018	Global Languages Academy, Body Art, Boya Producciones, Silver Plate, Ayuda en Acción, Día de muertos/desfile de catrinas Japón, Pulps, Gayosso y Celtics Pub Irlandés, como sede para la conferencia de prensa.	Fernanda Tapia, la diseñadora de alta costura Jossy Javier, la banda Tex-TEX como embajadores. Además, embajadores de las emisiones anteriores.	\$1,000

Figura 14. Tabla de patrocinadores del evento Mega Procesión de las Catrinas. Información tomada de la página de Facebook de Mega Body Paint México. Elaboración propia, 2019.

Se puede observar que gran parte de embajadores y patrocinadores se mantuvieron constantes en la mayoría de los eventos y fueron pocos los personajes y las marcas que se sumaron en las últimas emisiones, al aumentar la popularidad del proyecto. Sin embargo, los pocos integrantes nuevos fueron de carácter internacional, mayor prestigio y reconocimiento nacional. Así como también fueron pocos quienes sólo participaron en una ocasión, de los cuales se desconocen los motivos de su salida del evento.

Junta de maquillistas y líderes de contingente previa a la Mega Procesión de las Catrinas

La reunión de maquillistas precedente al evento se llevó a cabo una semana antes del evento en Casa Nextengo¹⁸ en la Delegación Azcapotzalco. El principal motivo de realizar una reunión con los maquillistas del evento es comunicarles la logística del evento, horarios y datos relevantes. La reunión comenzó con el registro oficial de los asistentes y entrega de sus artículos bolsa conmemorativa, playera y mandil, es decir, el uniforme que deberían usar durante el evento como artistas oficiales. La organizadora Jessica Esquivias inició el informe con hacer saber la finalidad y cuál es el principal uso de la cuota de inscripción del *casting*:

Pero el segundo año, empiezo a hacer otra vez la convocatoria ya para que me ayuden a financiar todo y les empiezo a solicitar su apoyo, obviamente pues para todos los gastos del evento. Ese apoyo que ustedes dan nos ayuda con todos los gastos, todo lo que ven, todo lo que se hace (Esquivias, 2018).

Como ya se había comentado previamente, en la primera emisión de la Mega Procesión de las Catrinas, relativamente fue un número de público muy pequeño de aproximadamente 1000 personas, lo cual no significó un problema mayor en cuestión de gastos para la asociación, fue sostenible. Sin embargo, para la segunda emisión del evento ya no era posible que MBPM cubriera todos los gastos necesarios para tramites y permisos, la gestión del evento, entre otros egresos. Por lo que requirieron del apoyo económico de los maquillistas.

El segundo punto para discutir continuó con la organización de carpas donde se colocarían los artistas y el número asignado por equipo de cuatro integrantes. La carpa podría decorarse con adornos alusivos al Día de Muertos únicamente. La reunión también dio pie para hacer algunas aclaraciones y ejemplos de inconvenientes en emisiones pasadas, así se refirió Jessica Esquivias: “fue un caso en particular de un maquillista que durante el evento del 2017,

¹⁸ Salón de eventos sociales ubicado en la delegación Azcapotzalco, CDMX.

no obtuvo el beneficio económico que él esperaba y directamente se dirigió a levantar una queja con el Gobierno de la Ciudad de México” (Esquivias, 2018).

Esquivias solicitó el apoyo de todos los artistas para difundir el evento en sus redes sociales, poniendo el ejemplo de artistas que gracias a la difusión del evento, han participado en proyectos de *body paint* y gozado ofertas de empleo. Entre las reglas del evento, Esquivias (2018) hizo hincapié en informar sobre algún trabajo deficiente, la organización verificaría la situación y en caso de ser ciertas las observaciones, se amonestaría al maquillista solicitándole que abandone el evento.

Finalmente, la entrevistada enfatizó en el cuidado y arreglo personal de los maquillistas solicitando la mayor limpieza e higiene posible. Destacó la regla de evitar llevar acompañantes (familiares y amigos) durante el horario establecido para maquillar al público.

La junta de líderes de contingentes oficiales del evento se realizó algunas horas después de la junta de maquillistas, en Casa Nextengo. Meses después de cerrar la invitación de propuesta para contingentes temáticos, la convocatoria cerró con los 19 contingentes temáticos oficiales con diferente número de participantes inscritos. Sin embargo, por diversos motivos no fue posible reunir a todos los líderes, asistiendo solamente la mitad del total.

La reunión dio inicio con un pase de lista general de los líderes que asistieron a la reunión, después de una bienvenida al evento Jessica Esquivias dio a conocer el número exacto de contingentes que participarían. Posteriormente se realizó la presentación de cada dirigente y los detalles sobre materiales indispensables por cada contingente como los letreros o estandartes, granadas de humo y sus colores específicos y materia prima necesarios para la creación de una valla de separación entre cada grupo, materiales que fueron solicitados con anticipación de varios meses.

Más tarde, se habló de las problemáticas de algunos contingentes temáticos que habían incumplido por falta de comunicación con la organizadora y se dieron opciones y soluciones a dichas dificultades. A continuación se presenta la minuta que se realizó en la junta de líderes de contingente. Los puntos que se destacan fueron las evidencias vistas mediante la observación directa:

MEGA BODY PAINT MÉXICO	
Reunión de maquillistas oficiales	Reunión de líderes de contingentes temáticos
Fecha: Domingo 14 de octubre del 2018	
Lugar: Casa Nextengo, Delegación Azcapotzalco, CDMX	
Hora: 12:00 pm	Hora: 14:00 pm
Temas: Reglamento, logística e indicaciones durante del evento	
Responsable de la reunión: Jessica Esquivias Cargo: Coordinadora General	
Objetivos de la reunión: <ul style="list-style-type: none"> - Logística del evento y horarios - Uniforme y arreglo personal - Limpieza de materiales - Distribución de equipos de trabajo durante el evento - Decoración en el área de trabajo durante el evento - Difusión del evento en redes sociales - Reglamento del evento - Datos y recomendaciones 	Objetivo de la reunión: <ul style="list-style-type: none"> - Presentación de líderes - Organización - Ubicación de contingentes - Resolución de dudas - Horarios - Reglas y sugerencias
Agenda de trabajo (orden del día): <ul style="list-style-type: none"> - Saludo - Consideración de la agenda de trabajo - Acuerdos, compromisos 	Agenda de trabajo (orden del día): <ul style="list-style-type: none"> - Saludo - Consideración de la agenda de trabajo - Acuerdos, compromisos

Figura 15. Minuta de la reunión para maquillistas y líderes de contingente, previa a la Mega Procesión de las Catrinas. Elaboración propia, 2018.

Los datos adjuntos en la minuta menciona concretamente la información analizada en la reunión con los líderes de contingente. Por supuesto el contacto entre la organizadora y los líderes se mantuvo constante desde el nombramiento de cada dirigente, el cierre de la

convocatoria para este puesto y hasta antes de la reunión. Básicamente la reunión se debía a una validación de información discutida previamente entre organización y líderes. Sin embargo, lamentablemente en dicha reunión se demostró la poca responsabilidad y el desinterés de escasos líderes que incluso desconocían los materiales que ya deberían haber previsto.

Últimos detalles previos al evento.

La quinta emisión de la Mega Procesión de las Catrinas tuvo diversas problemáticas una semana antes de llevarse a cabo; especialmente sobre algunas normas y evasivas de último momento que exigía el gobierno de la CDMX. Por ejemplo, el montaje de carpas, problemas con los contingentes que harían uso de autos clásicos y motocicletas y los maquillajes deberían iniciar hasta las 2:00 pm.

El gobierno de la CDMX estuvo a punto de cancelar el evento ya que consideraba peligroso que hubiera vehículos entre el público. Así que dio la indicación de disminuir la cantidad de automóviles participantes en el contingente de “Autos Clásicos” o de lo contrario se cancelaría el evento.

Las indicaciones que se dieron a los líderes de contingente por medio del grupo de *Messenger* incluyeron el número asignado a cada grupo y la ubicación de manera gráfica en la procesión, imágenes proporcionadas por la organizadora:

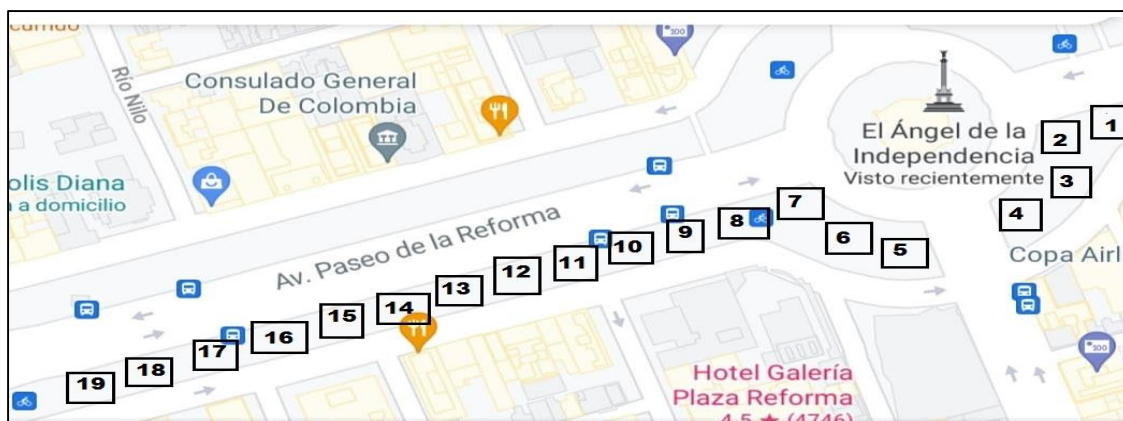


Figura 16. Orden de contingentes temáticos 2018. Elaboración propia.

La imagen se refiere a una vista de la avenida Paseo de la Reforma y el inicio de la procesión en la Glorieta del Ángel de la Independencia marcando el inicio con el primer contingente. Cada cuadro simboliza un contingente el cual sería el lugar que debería ocupar cada grupo antes de iniciar la procesión.

En cuanto al contingente “Catrinas de José Guadalupe Posada”, se les notificó todos los cambios que surgían, mencionando solamente datos que repercutieran específicamente en el grupo. Como parte del patrocinio de la funeraria Gayosso se utilizarían bandas conmemorativas durante la procesión. El contingente “Catrinas de José Guadalupe Posada” retomó el tema de ajustes de presupuesto autogestivo, y así el recaudar dinero para cubrir los gastos en la compra de materiales para standartes, gafetes y decoración de vallas de seguridad.

Día del evento, quinta Mega Procesión de las Catrinas 2018

La hora de llegada al evento fue a las 10:00 am para apreciar la organización desde un inicio. Las carpas destinadas para los maquillistas ya instaladas y los artistas comenzaban a acomodar sus materiales; automaquillarse y a su modelo, con el fin de hacerse publicidad con los diseños que el artista podía realizar. Las carpas de los artistas lucían un *portabanner* y lonas que anunciaban el logotipo del evento y el de sus principales patrocinadores Silver Plate y Gayosso. En las aceras cercanas al Ángel de la Independencia constaba una fusión entre carpas de

maquillistas, Alebrijes Monumentales (resultado del concurso que realiza cada año el Museo de Arte Popular) y cráneos monumentales llamados “Mexicraneos” patrocinados por la funeraria J. García López.

Aproximadamente a las 10:30 am la organizadora Jessica Esquivias se dedicó a recorrer todas las carpas de maquillistas verificando la organización, los espacios, la ubicación correcta, los materiales, el uniforme, entre otros detalles. A las 11:00 am, todos los maquillistas debían estar preparados, uniformados y maquillados para una foto grupal en el Ángel de la Independencia. A pesar de la orden de gobernación, el público ya solicitaba maquillarse, por lo que en realidad los maquillajes comenzaron poco después de las 12:00 pm.

A continuación se presentan dos fotografías tomadas a maquillistas oficiales de la Mega Procesión de las Catrinas 2018 caracterizando durante el evento:



Figura 17 y 18. Artistas oficiales maquillando en la Mega Procesión de las Catrinas 2018. Elaboración propia.

Como se puede apreciar en ambas fotografías, los artistas retratados son el ejemplo del uniforme requerido por MBPM, es decir, la playera oficial en color amarillo distintivo de esa emisión y encima portando un mandil, ambos con el nombre de la asociación y los patrocinadores del evento, lucen maquillajes de calaveritas de azúcar con peinetas de flores y al fondo de ambas fotografías se puede observar ligeramente la carpa decorada con motivos de Día de Muertos.

El contingente “José Guadalupe Posada” llegó al acuerdo de reunirse en un horario de 4:00 a 5:30 pm en donde todos los integrantes ya debían estar caracterizados con su respectiva indumentaria y maquillaje. A continuación, se proporcionaron los números oficiales de los integrantes registrados en el contingente “José Guadalupe Posada”. En total hubo 112 personas registradas oficialmente, 4 personas registradas como *Staff*, 4 mojigangas¹⁹, 4 integrantes de un grupo de organilleros como acompañamiento durante todo el recorrido. Hay que destacar que al transcurrir el evento, se incluyeron más personas como *staff* y un incontable número de personas dentro del contingente.

Vendedores y maquillistas ambulantes durante la MPCatrinas 2018

Se realizó un recorrido general en los márgenes de la avenida Reforma, cercanos a la glorieta del Ángel de la Independencia, donde se verificó que las advertencias que dio Jessica Esquivias a los medios de comunicación fueron certeras y efectivamente se hicieron presentes los maquillistas informales. Analizando detenidamente el modo de trabajo de estas personas se sustentó la observación que hacia la organizadora previamente; es decir, dichas personas maquillaban y se adaptaban en cualquier lugar, especialmente en jardines y camellones, bancas, esculturas, sin hacer uso de mesas o sillas, inclusive hubo algunos casos con una manta en el suelo.

Pintando con todo tipo de materiales y algunos con aspecto poco profesional, algunos con pintura de agua para trabajos escolares. No se percató la limpieza de pinceles, los diseños

¹⁹ Definición de Mojiganga, según la nota “EL VOCHOLITO Y LAS MOJIGANGAS” en la página del Museo de Arte Popular:

En la actualidad, en nuestro país, las mojígangas se relacionan con el baile, la festividad, y personas disfrazadas de animales o personajes históricos, casi siempre con un tono divertido y burlón, pero siempre con un gran ambiente de fiesta. Estas celebraciones, van generalmente acompañadas de muñecos enormes hechos a base de cañas, palos, alambres, telas, y papel. Ha sido tal el éxito y reconocimiento de estos muñecos, que en la actualidad son directamente llamados “mojígangas” debido a su identificación con este tipo de celebraciones.

que le ofrecieron al público estaban impresos en hojas de papel o se les mostraban en un teléfono celular. Por supuesto, sus precios por maquillaje dependían de la edad. En niños o adultos, los precios iban desde los \$40 pesos en adelante, dependiendo la dificultad del diseño o el uso de pedrería. Así se observó a varios individuos maquillando y ofreciendo todo tipo de complementos: pelucas, pestañas postizas de colores, aretes y pulseras, tocados, sombreros o diademas de flores, velos, etc.

A continuación se presentan dos fotografías tomadas a los maquillistas informales caracterizando en la banqueta de Avenida Reforma, durante la quinta emisión del evento:



Figura 19 y 20. Maquillistas informales pintando en la acera de avenida Reforma durante la Mega Procesión de las Catrinas 2018. Elaboración propia.

Como se puede observar en ambas fotografías, los maquillistas informales no cuentan con los medios y materiales necesarios como mesas y sillas altas, pensando en la comodidad tanto del cliente como del maquillista. A simple vista se observa que los “clientes” están sentados en las bancas públicas. Evidentemente estos personajes no se arriesgaron en montar una mesa y sillas, ya que eso significaría una multa al no tener permiso oficial para colocarse en plena avenida.

Patrocinios de la Mega Procesión de las Catrinas 2018

Durante todo el evento resaltó la presencia de la funeraria Gayosso, el nuevo patrocinador. Ya que se instalaron módulos en la acera cercana a la glorieta del Ángel de la Independencia. La función de los módulos de Gayosso consistió en ofrecer información sobre “previsión funeraria” al público que transitaba. A continuación se presenta una fotografía de los ya mencionados módulos de información, tomada en la acera de Av. Reforma durante el evento:



Figura 21. Módulos de Gayosso en Av. Reforma durante la Mega Procesión de las Catrinas 2018. Elaboración propia.

Se puede observar en dicha fotografía a un trabajador de Gayosso dando información, ofertando y haciendo la invitación para adquirir un plan funerario a corto, mediano o largo plazo. Cabe mencionar que un beneficio que desplegó la funeraria fue la oferta de “3X1” en paquetes funerarios. Oferta válida en paquetes adquiridos sólo durante la Mega Procesión de las Catrinas.

La marca Silver Plate también se hizo presente con sus modelos luciendo extrovertidos vestuarios y exponiendo ornamentos tipo tendederos que mostraron la colección de ropa que maneja la marca.



Figura 22. Línea de ropa de la marca Silver Plate expuesta en Av. Reforma durante la Mega Procesion de las Catrinas 2018. Elaboracion propia.

En la fotografía presentada se muestra la línea de ropa de mezclilla que fue expuesta como parte del patrocinio de Silver Plate en la Avenida Reforma y a pocos metros de las carpas de los maquillistas oficiales. Vale la pena mencionar que ambos patrocinadores, Gayosso y Silver Plate, no limitaron su aportación a módulos de previsión funeraria y modelos con ropa llamativa, también se exhibieron sus logotipos en todas las carpas de maquillistas en *portabanners*. Especialmente el patrocinio de Gayosso se extendió de la siguiente manera; a las 6:30 pm el personal de Mega Body Paint México se encargó de verificar que las catrinas que portaban las banderas conmemorativas de Gayosso debían ir al frente del contingente “Catrinas de José Guadalupe Posada”, ya que dicho contingente fue elegido por la raíz cultural y la tradición que significaba en un marco histórico.

Como información adicional es necesario mencionar que a pocos minutos de iniciar el recorrido, personas externas a la MBPM se encargaron de repartir botones publicitarios²⁰ entre los integrantes de los contingentes oficiales. El botón poseía un diseño de calavera colorida con la leyenda “Funerarias J. García López”. Es importante resaltar que dicha funeraria no participó

²⁰ Definición de botón publicitario según la página SERIMAX:

Los Pin Botones o foto-botones tienen diferentes aplicaciones ya que pueden ser utilizados para eventos sociales, identidad corporativa, campañas políticas y mucho más.

de ninguna manera en el evento y actualmente se podría colocar como una digna competidora comercial frente a Gayosso.

A continuación se presenta la siguiente tabla, la cual contiene información concreta sobre el número de público y maquillistas oficiales que participaron en cada una de las emisiones de la Mega Procesión de las Catrinas con información proporcionada por Jessica Esquivias.

EMISIÓN	FECHA	ORGANIZADOR	NÚMERO DE ASISTENTES	NÚMERO DE MAQUILLISTAS OFICIALES	RECORRIDO
1	26 de octubre del 2014	MEGA BODY PAINT MÉXICO	1,600 participantes	25 maquillistas	Inicio: MONUMENTO ÁNGEL DE LA INDEPENDENCIA Final: PALACIO DE BELLAS ARTES
2	25 de octubre del 2015		4,000 participantes	72 maquillistas	
3	23 de octubre del 2016		16,000 participantes	85 maquillistas	
4	22 de octubre del 2017		32,000 participantes	185 maquillistas	
5	21 de octubre del 2018		80,000 participantes	150 maquillistas	

Figura 23. Tabla de totales de maquillistas y asistentes en las cinco ediciones de la Mega Procesión de las Catrinas. Información proporcionada por Jessica Esquivias. Elaboración propia, 2019.

Gracias a los datos concretos proporcionados por la presidenta de MBPM es posible testificar el importante y desenfrenado aumento de público que adquirió la Mega Procesión de las Catrinas con diferencia de un año a otro, conforme su popularidad fue en aumento. Es decir, la primera emisión contó con 1,600 participantes, en los cuales se incluyeron los maquillistas y

la misma organización. Mientras que la última emisión documentada (quinto evento) llegó a un total de 80,000 participantes activos excluyendo a maquillistas y organizadores.

1.7 Encuestas y resultados

Meses después de la Mega Procesión de las Catrinas 2018, se efectuó una encuesta a varios artistas que participaron en el evento. La encuesta se realizó de manera voluntaria. La invitación para responder la encuesta se extendió por medio de la red social *Facebook*. Los maquillistas voluntarios a participar se les enviaron la dirección *url*²¹ de la encuesta, haciendo hincapié en que las respuestas serían completamente anónimas.

Teniendo una respuesta de 17 maquillistas oficiales del evento, considerándose como el 11% del total de artistas; se realizaron 8 preguntas; algunas de respuesta abierta y otras de opción múltiple. A continuación se presentan las preguntas, el desglose y posteriormente las respuestas.

La primera pregunta de la encuesta fue enfocada al tiempo exacto de experiencia como maquillista de cada individuo. Con un total de 17 respuestas, donde algunas respuestas coincidieron en tiempo de práctica, algunas otras con tiempos diferentes; por lo que se estableció el campo de “otras respuestas” dedicado a los resultados de 5 personas que respondieron; 5, 7, 8, 10 y 14 años de experiencia.

²¹ Dirección URL de la encuesta digital:

https://www.surveio.com/survey/d/E6H2J9L1I3T1U6U5R?fbclid=IwAR116zCs_Ssczgk-YENOWgh7X3mrQn35-VoTzLWocHXfzybbWTRyigutA

1.- ¿Cuánto tiempo llevas como maquillista?

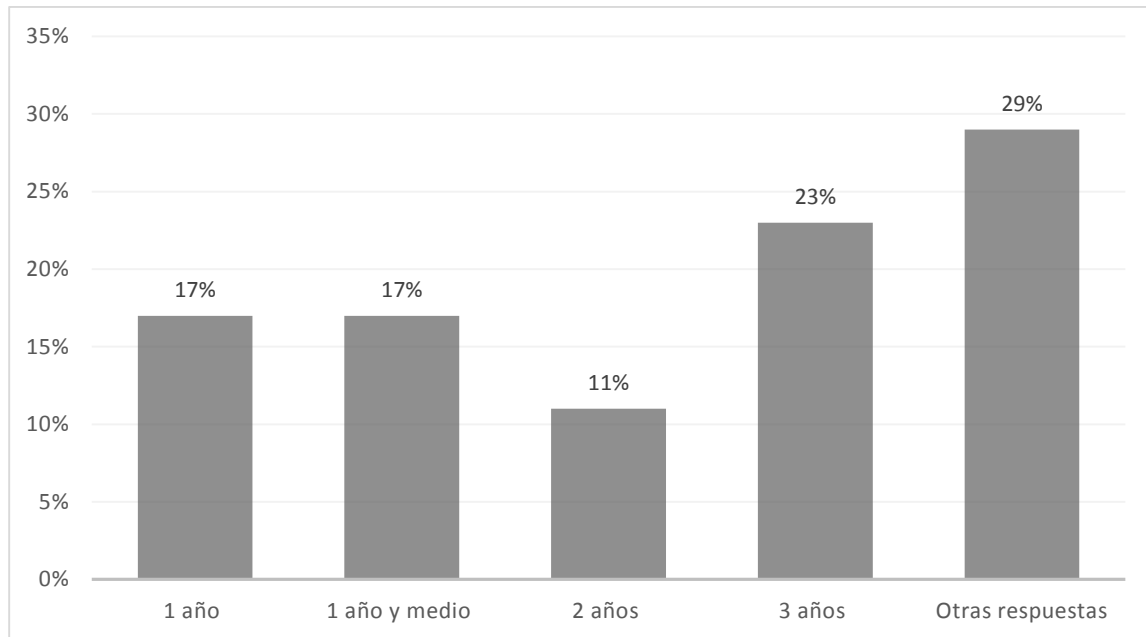


Figura 24. Tiempo promedio como maquillista. Elaboración propia, con datos proporcionados por maquillistas mediante una encuesta virtual, 2019.

Lo que podemos confirmar con dichas respuestas es que los artistas que conforman la mayoría con un 29% que coinciden en mayor tiempo de experiencia en involucrarse en el mundo del maquillaje, ya que no se puede definir que exclusivamente en el *body paint*, sobre todo porque la pregunta no fue enfocada a un género de maquillaje en particular.

Para esta segunda pregunta, los 17 maquillistas coincidieron en respuestas similares, lo que dio oportunidad de agruparlos. Cabe mencionar que el quinto campo referido como “CIMA” son las siglas del “Congreso Internacional de Maquillaje Artístico”.

2.- ¿Cómo te enteraste del evento Mega Procesión de las Catrinas?

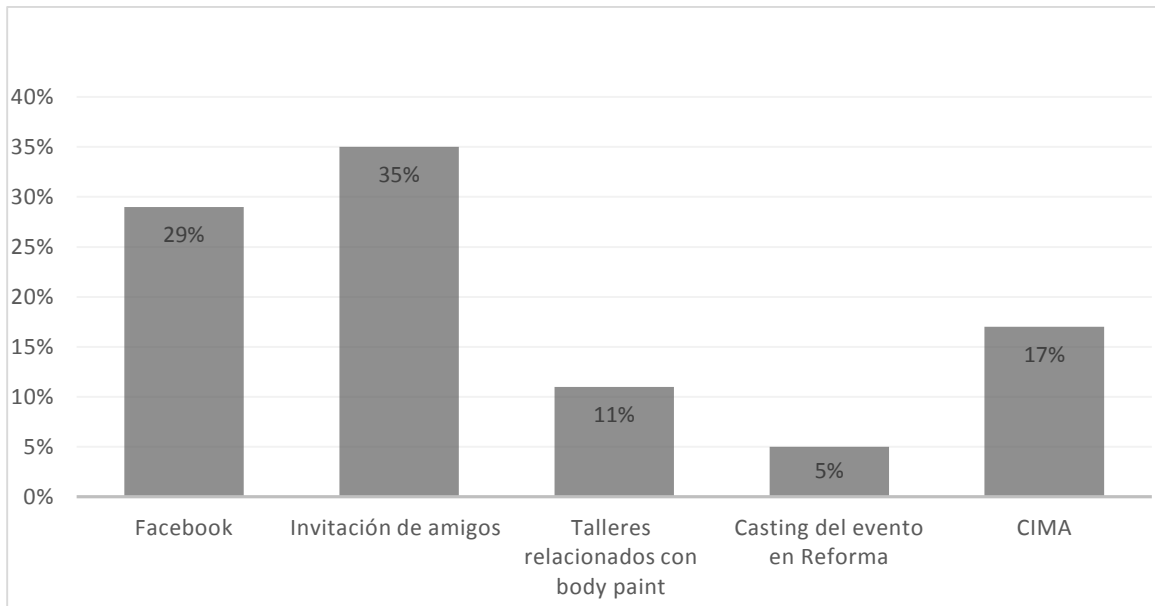


Figura 25. Conocimiento e información sobre el evento Mega Procesión de las Catrinas. Elaboración propia con datos proporcionados por maquillistas mediante una encuesta virtual 2019.

Las respuestas concernientes a la segunda pregunta nos da información importante, ya que se podría pensar que el mayor difusión para atraer artistas interesados en participar en la MPCatrinas podría ser las redes sociales como *Facebook*, sin embargo, los maquillistas encuestados por este medio significan un 29% contra un 35% que se enteraron del evento por medio de sus amigos, que seguramente pertenecen al mismo medio artístico. Mientras que el menor medio de difusión se refiere al *casting* o los módulos de MBPM instalados en la Avenida Paseo de la Reforma.

Para la tercera pregunta, se solicitó el dato (por artista) de cuántas veces había participado en el evento desde que inició en el año 2014. Es necesario mencionar que no se registró como opción la “quinta emisión”, ya que realmente fueron muy pocos los maquillistas que participaron en la primera emisión, por lo cual se empezó a considerar como válida desde la segunda emisión.

3.- ¿En cuántas emisiones de la Mega Procesión de las Catrinas has participado?

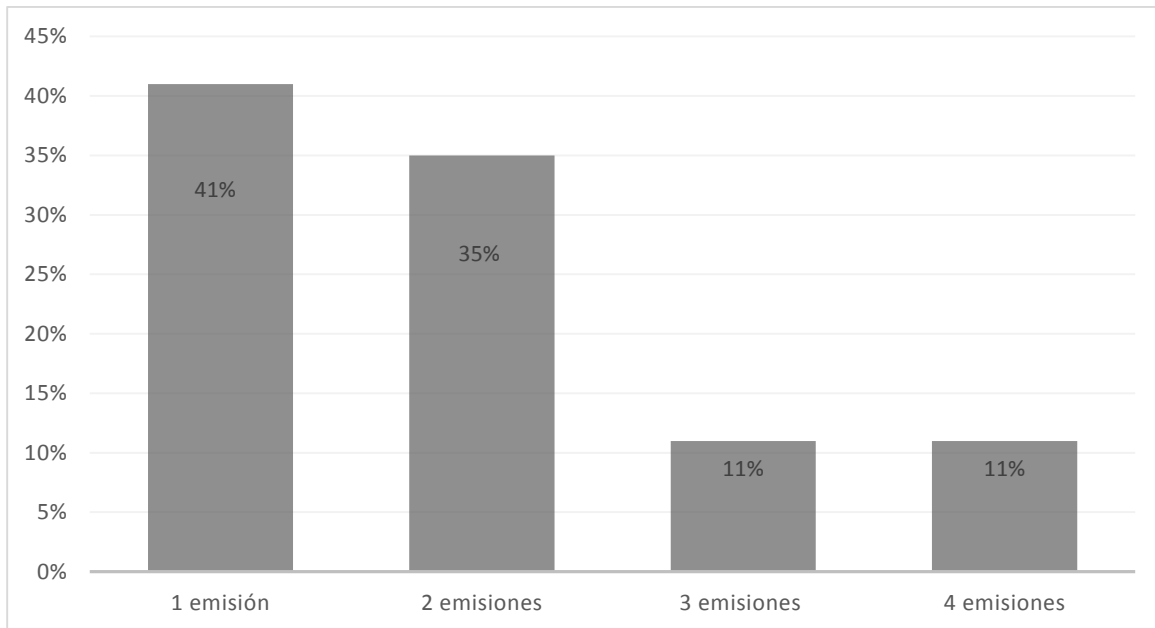


Figura 26. Tiempo de participación en el evento Mega Procesión de las Catrinas. Elaboración propia con datos proporcionados por maquillistas mediante una encuesta virtual, 2019.

Lo que dio como resultado que del total de 17 artistas, solamente 4 o el 11% han estado desde los inicios del evento, aunque no se especifica con precisión en qué años. Teniendo el mayor resultado con 41% de los artistas que participaron por primera vez en la emisión 2018.

Para la pregunta número cuatro, se realizó con el fin de saber si los maquillistas han participado en otros eventos de “la misma índole”, sin especificar en eventos como el Gran Desfile de Día de Muertos u otros eventos con temática de Día de Muertos. Sin embargo, la pregunta fue abierta, lo que dio resultados favorables y respuesta de participación a otros eventos que no se habían considerado.

4.- ¿Has participado en otro tipo de eventos de esta índole?

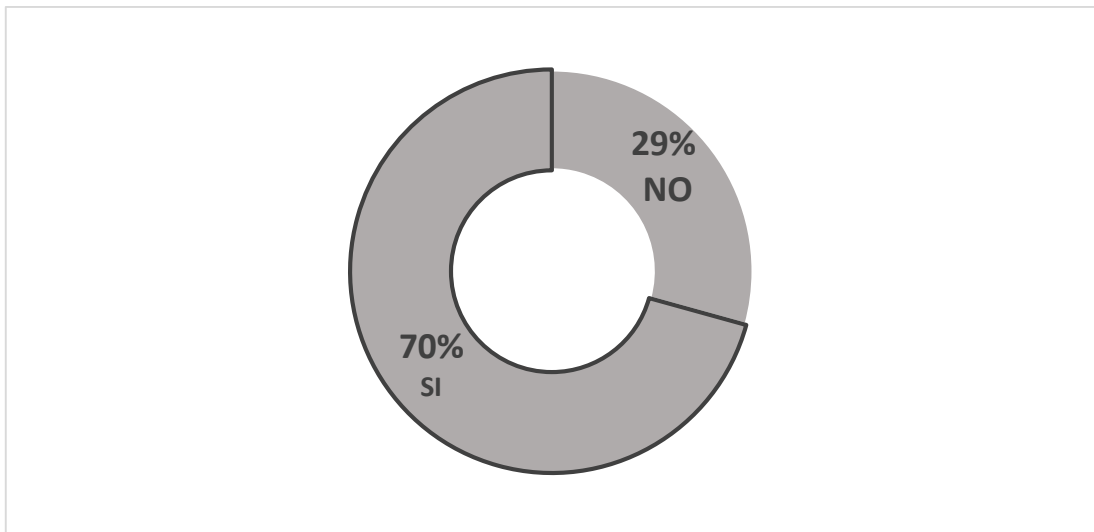


Figura 27. Participación en otros eventos similares. Elaboración propia con datos proporcionados por maquillistas mediante una encuesta virtual, 2019.

El resultado de esta pregunta derivó respuestas abiertas donde 5 artistas que representan el 29% respondieron que no han participado en otros eventos. Mientras que 12 artistas o el 70% respondieron su participación en los siguientes eventos; Marcha Zombie, Desfile de Día de Muertos de la CDMX, Cumbre Catrinas en Teotihuacán, Catrinas Tepotzotlán y en el evento “La Calaca también es naca”.

Para la pregunta número cinco, se realizó con el fin de averiguar si los artistas oficiales del evento habían respetado los precios consolidados que había fijado MBPM, (\$120) por un maquillaje básico, mientras que los precios se elevarían según detalles, modelos o pedrería. Y aparte, tener una noción de cuánto dinero, aproximadamente, está dispuesto a pagar el público por un maquillaje de precio más elevado al precio base.

5.- Durante el evento Mega Procesión de las Catrinas 2018, ¿Cuánto fue el precio mínimo y el máximo que cobraste por un maquillaje?

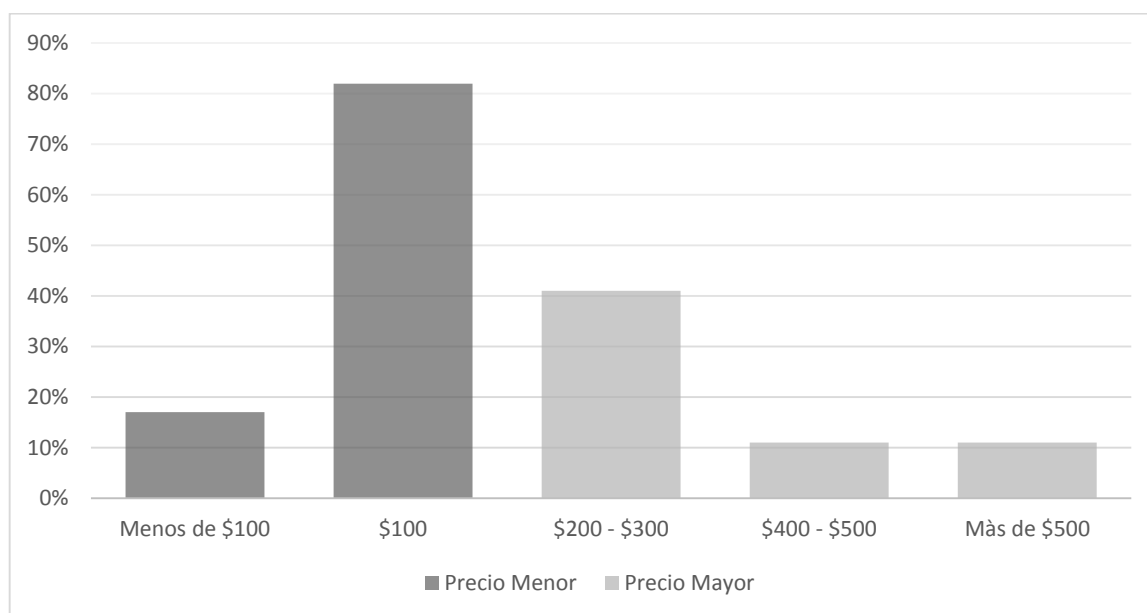


Figura 28. Precios por maquillaje en la Mega Procesión de las Catrinas 2018. Elaboración propia con datos proporcionados por maquillistas mediante una encuesta virtual, 2019.

Las respuestas a esta pregunta fueron variadas. Del lado izquierdo de la gráfica se muestran los precios mínimos que los artistas cobraron por un maquillaje durante el evento. Cabe mencionar que sí hubo precios más económicos de los que había establecido la organización MBPM, 17% con precios menores de \$100 y el 82% con precios de \$100. Por otro lado, el precio máximo ya dependía completamente del artista, según lo que el público solicitaba. Pero en general, 41% obtuvo el precio más elevado que se mantuvo entre los \$200 y \$300 pesos y el 11% se mantuvo entre los \$400- \$500 y otro 11% con precios más elevados de \$500.

Para la pregunta número seis, se les solicitó a los artistas recordar cuántos maquillajes realizaron durante el evento. Dando como resultado, que la mayoría realizaron entre 10 y 20 maquillajes.

6.- Aproximadamente, ¿Cuántas personas maquillaste durante el evento Mega Procesión de las Catrinas 2018?

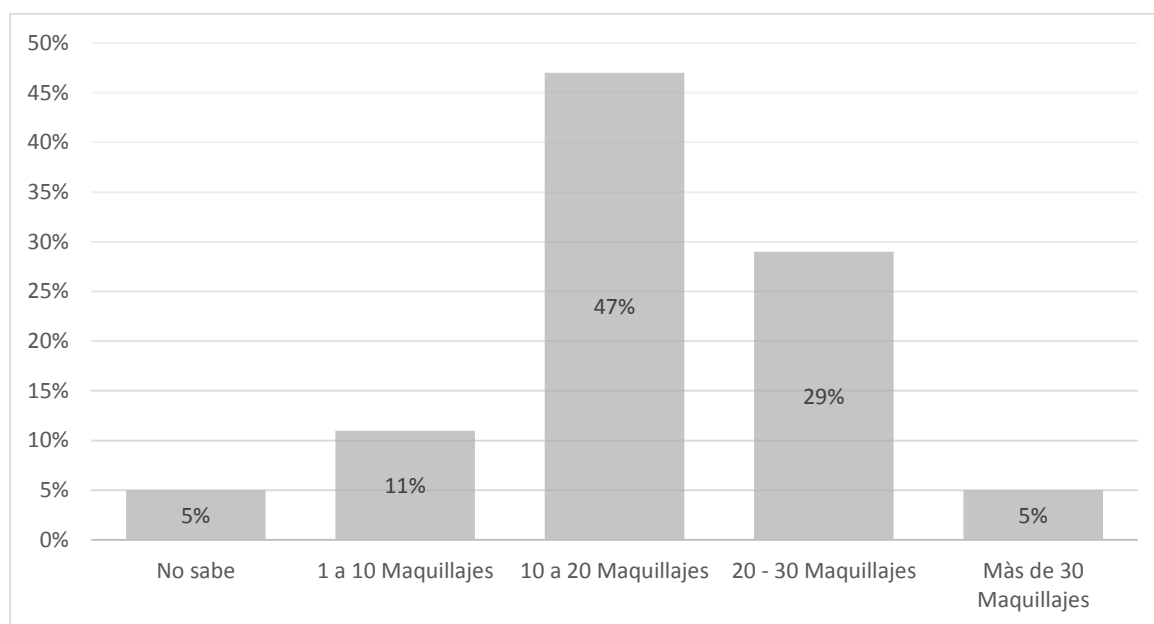


Figura 29. Maquillajes realizados durante la Mega Procesión de las Catrinas 2018. Elaboración propia con datos proporcionados por maquillistas mediante una encuesta virtual, 2019.

Durante el evento MPCatrinas 2018, se tiene el dato que el 47% se artistas realizaron aproximadamente de 10 a 20 maquillajes, mientras que el 29% realizaron de 20 a 30 maquillajes, lo que se podría entender que esta minoría obtuvo más clientes o caracterizan a mayor velocidad. Por otra parte, sólo el 11% realizó de 1 a 10 maquillajes. Y sólo 5% realizaron más de 30 maquillajes, que se podría suponer son artistas con mayor experiencia que da como resultado mayor agilidad para pintar.

Para la séptima pregunta se cuestionó directamente un monto aproximado sobre los ingresos de recuperación total del artista durante el evento. Para evitar malos entendidos, la pregunta fue de opción múltiple y se fijaron cuatro opciones que no incluían cantidades exactas.

7.- Aproximadamente, tus ingresos de recuperación durante el evento ¿A qué cantidad se acerca?

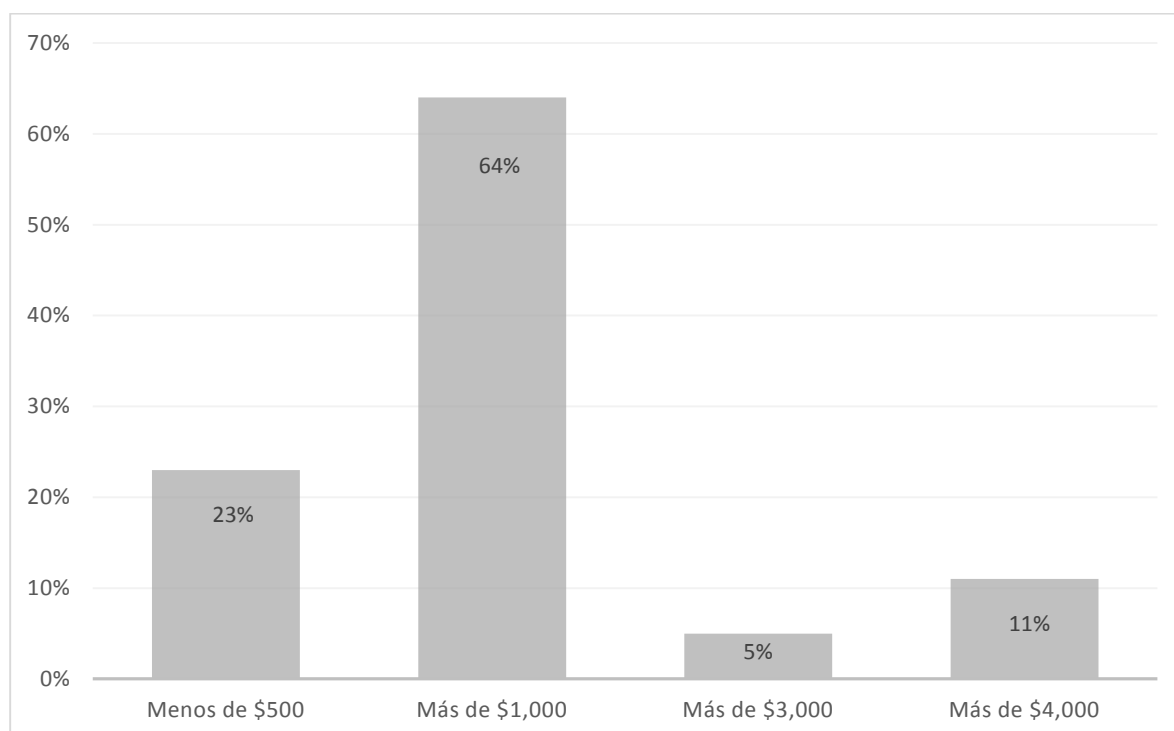


Figura 30. Ingreso económico aproximado después de la Mega Procesión de las Catrinas 2018. Elaboración propia con datos proporcionados por maquillistas mediante una encuesta virtual, 2019.

Los resultados dejaron ver que el 64% de los artistas obtuvo ganancias arriba de los \$1000, mientras que el 23% sus ganancias fueron menores a \$500, el 11% reclutó más de \$4,000 y al parecer fue el sector más beneficiado, secundado por el 5% que consiguió más de \$3,000.

La pregunta número ocho estuvo destinada a realizar un sondeo de aproximadamente cuantos artistas aportan al sueldo de la organizadora. Sueldo que no es obligatorio, sino voluntario e inclusive anónimo. Y cuestionando aproximadamente a qué cantidad se acercaba la cooperación. Cabe mencionar que no se especificó alguna emisión en particular sino general.

8.- De tus ingresos obtenidos durante el evento. ¿Has aportado al sueldo de la organizadora? ¿A qué cantidad se acerca?

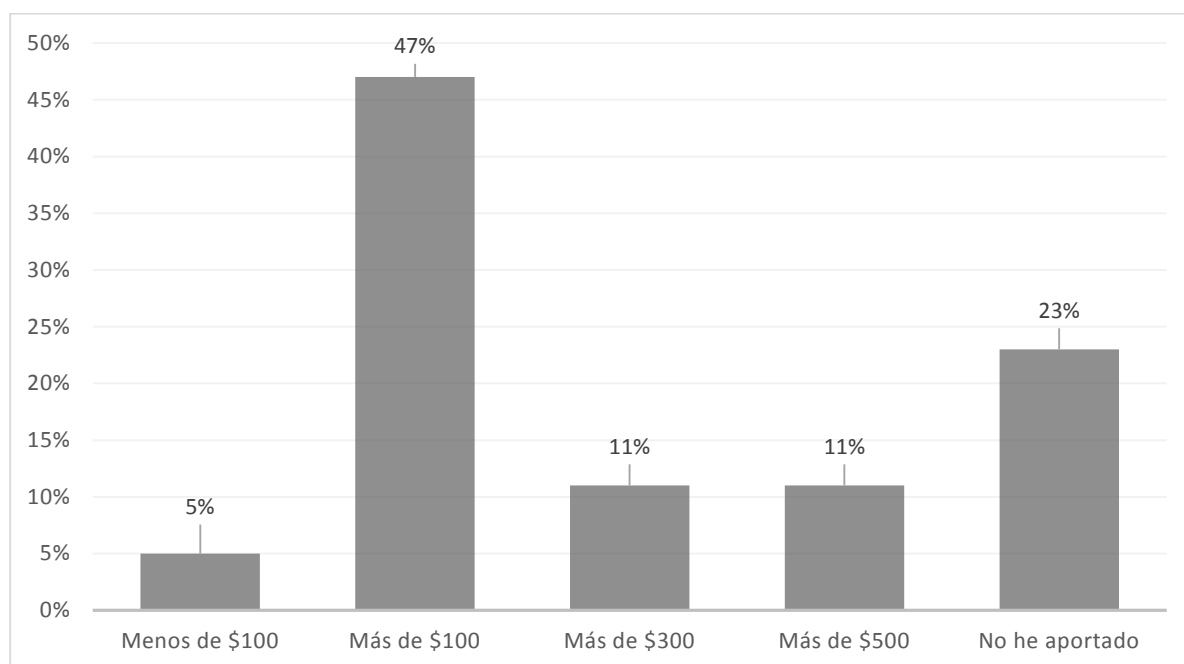


Figura 31. Aportación voluntaria a la organización MBPM, 2018. Elaboración propia con datos proporcionados por maquillistas mediante una encuesta virtual, 2019.

Según las respuestas obtenidas, se puede observar que un 47% de los artistas sí han hecho su aportación con una cuota mayor a los \$100. Mientras que el segundo número mayor, el 23% declaró que no ha realizado una aportación al sueldo de la organizadora. Por otro lado, un sector menor, de tan sólo 11% ha cooperado con más de \$300 y otro 11% con una cantidad mayor a \$500. Y sólo el 5% con una cuota menor a los \$100.

Para finalizar podemos dar por hecho que la Mega Procesión de las Catrinas es un evento vanguardista al ser realizado, gestionado y conducido por una iniciativa social que demuestra que no necesita del apoyo de secretarías o grandes funcionarios, al contrario, evitar caer en tropiezos y pretextos para llevarlo al acto, darle prestigio, calidad y funcionalidad. La responsabilidad y claridad en permisos y trámites es la parte fundamental por la que el público

sigue apoyando eventos de esta índole, dándole un aumento de popularidad y números increíbles de participación.

La asociación Mega Body Paint México ha obtenido la capacidad de realizar eventos de la misma calidad y estar a la par de grandes productoras de espectáculos profesionales.

Ahora que se sabe los antecedentes, el presente y la continuidad del evento Mega Procesión de las Catrinas daremos un paso al año 2015, el año en el que James Bond hizo su entrada triunfal a la Ciudad de México para utilizar el Zócalo Capitalino como telón introductorio para la película *Spectre*. Por supuesto, no se analizará el guion ni la misma filmación, si no los detalles que hay detrás de una simple grabación de película que posteriormente dio como resultado el Gran Desfile de Día de Muertos organizado por autoridades de la Ciudad de México.

CAPITULO 2. *SPECTRE* Y EL GRAN DESFILE DE DÍA DE MUERTOS

2.1 Carnaval de Día de Muertos, su realización. Relevancia y aportación cultural al Día de Muertos en la CDMX

En este capítulo se hablará acerca de la realización de la Película *Spectre*, perteneciente a la saga de James Bond. La importancia de esta película va más allá de tener una grabación en el Zócalo de la Ciudad de México, la verdadera importancia se centra en haber recreado una de las tradiciones más arraigadas en México, el Día de Muertos.

En escasos 15 minutos de apertura en la película, posteriormente llegaron a modificar y establecer una nueva tradición que nadie esperaba, el Gran Desfile de Día de Muertos en la Ciudad de México, evento llegado a los capitalinos un año después del estreno de la película. Sin embargo, hay una característica que pocos conocen de lo que hay detrás del famoso y concurrido desfile, es decir, un acercamiento directo a la Mega Procesión de las Catrinas, el formato interactivo de un carnaval, una película de proyección internacional y por supuesto, personajes importantes interesados en la creación de un nuevo y tentador agente turístico.

Un desfile en calidad de negocio que beneficiaría a todos los personajes involucrados, aunque no hay que descartar que ha sido un beneficio directo como reactivador de economía en la CDMX. Más que una simple aparición fugaz en la película, significó un cambio de gran magnitud al recrear un carnaval²² en la Ciudad de México, conservando la temática y género de películas de acción de James Bond.

²² Características de los carnavales en México, según Lizeth Torres:

Aunado a esta propuesta, gracias a su desarrollo histórico y cultural se pueden observar algunos elementos característicos dentro del carnaval, tales como: •Las caretas y máscaras: para ocultar la identidad de las personas, mismas que, al verse protegidas, se entregaban por completo a la festividad. •Los disfraces: como mofa y burla del contexto en donde se desarrollaba la tradición, por ejemplo los roles sociales o la religión. Las carrozas y carros alegóricos: devienen del culto a la diosa Isis, a quien se le ofrecía una ofrenda dentro de una nave de madera

El filme titulado *Spectre: 007*, realizada y estrenada en el año 2015 es la película número 24 de la franquicia James Bond, producida por *Eon Produccion*, con la participación del director Sam Mendes, los productores Michael G. Wilson y Barbara Broccoli y el actor Daniel Craig en el papel de James Bond. La película fue rodada en diferentes países como Londres, Roma, Austria y México.

Realización del Carnaval de Día de Muertos en Spectre

La película expuso una recreación de un carnaval inspirado en la celebración de Día de Muertos, la cual no tuvo un objetivo trascendental con la trama del filme, simplemente se limitó a presentar la temática de Día de Muertos como un telón introductorio de fondo. Sin embargo, según el director Sam Mendes intentó relacionar el contexto de la película con el carnaval. El siguiente fragmento rescatado de la página oficial de James Bond:

La película trata sobre Bond (Daniel Craig) siendo perseguido por una persona que pensó que había muerto hace mucho tiempo", observó Mendes, y agregó: "Quería esa combinación de siniestro y de celebración que solo se puede obtener con algo como el Día de los Muertos". Cuando se abre la película, es casi como la misión perfecta y todo va a planearse, pero luego está el momento que cambia el juego " (007.com, 2019).

Realizando una crítica a la afirmación del director Sam Mendes podemos comprender que en realidad el director no tiene un concepto claro de lo que significa la celebración del Día de Muertos, ya que los mexicanos no podrían conceptualizar una tradición fundamentada en el amor, el afecto y encargada de conmemorar a los difuntos como algo “siniestro²³”.

con flores que adornaban sus costados. •Bailes y desfiles: como representación de las cortes europeas y las mojigangas antiguas. •Música: para acompañar a las personas durante el desfile. Esta suele ser representativa del lugar en donde se practica la tradición carnalera.

²³ El concepto de siniestro según Aina Valens:

Es siniestro todo aquello considerado como maldad, fealdad, falsedad o irracionalidad. Todos los posibles indicadores de lo siniestro en la Antigüedad Greco-romana y en la estética clásica eran sinónimos de desmesura, de una forma de infinitud que desbordaba al ser humano e invalidaba su emoción estética. También entraría dentro

La producción de la película se trasladó aproximadamente en marzo del 2015 a la Ciudad de México para realizar la filmación. Sin embargo, tras varias opiniones se cree que la producción de *Spectre* realizó una investigación previa en la CDMX en cuanto a detección de espacios idóneos para la grabación. El rodaje de las escenas se realizó entre las calles Tacuba, Uruguay, Corregidora, Eje Central, Plaza Tolsá, la fachada e interiores de “El Gran Hotel” y el Zócalo Capitalino.

Para la filmación de la película diversos edificios históricos de la CDMX fueron modificados geográficamente para garantizar la congruencia en la cinta. Tal es el caso de “El Gran Hotel”, el cual sufrió un cambio de ubicación de la calle 16 de septiembre a la calle Tacuba, teniendo una salida directa a Plaza Tolsá y obteniendo continuidad en la calle Donceles para poder rodar una de las escenas frente al Teatro “Fru-Fru”.

Tal y como lo menciona Rafael Ramírez de *El Universal Televisión* (2015): “En tanto, en la calle de Donceles, frente al teatro “Fru-Fru” que cambió su nombre para la película se recreó el Senado de la Republica destrozado”. Cabe mencionar que el montaje que menciona Rafael Ramírez fue una de las mayores molestias que la grabación le causo a los capitalinos, ya que la vialidad de la calle Donceles se vio interrumpida por el montaje del Senado destruido en una de las calles más transitadas para llegar al Zócalo.

De acuerdo con los créditos finales de la película, hubo muchas personas mexicanas que colaboraron con el rodaje en la CDMX. En la siguiente tabla se menciona el nombre del personaje, su actividad desarrollada en la película *Spectre* y el nombre de la empresa a la que pertenece:

de esta categoría lo inconsciente, insólito, extraño, desconocido, lúgubre, demoníaco, inquietante, sospechoso, de mal agüero o salvaje.

NOMBRE	ACTIVIDAD	EMPRESA
Alejandro Reza	Director de <i>casting</i>	Comisión Mexicana de Filmaciones
Stacy Perskie	Productor técnico	REDRUM S.A de C.V.
Julio Toledo	Coordinador de extras	Extra Casting México
Anna Terrazas	Supervisora de vestuario	Diseñadora de vestuario de cine y televisión internacional
TAMBUCO	Musicalización de “Day of the dead festival” con la canción “Los muertos vivos están”	Grupo ensamble de percusiones de México.
Priscila Hernández	Coreógrafa	RÊVES AGENCY

Figura 32. Tabla de personajes y su área perteneciente. Información tomada de los créditos de la película *Spectre* 2015. Elaboración propia, 2019.

De acuerdo a la tabla anterior, es preciso indicar que en los créditos de la película sólo aparecen los nombres de los colaboradores y el cargo o “actividad” que desarrollaron en *Spectre*, por lo tanto, el dato de la empresa a la que pertenecen fue investigado de acuerdo a la referencia de la persona. Afortunadamente se encontró información que relacionan a todos los colaboradores con *Spectre*, posteriormente se involucrará más a fondo dicha información. Sin embargo, cabe destacar que en los créditos no se observó la aparición del Colectivo “Última Hora”, grupo importante para el éxito del carnaval de Día de Muertos en la película.

Algunas instancias gubernamentales involucradas que se encargaron del otorgamiento de permisos de filmación en la CDMX fueron las siguientes: Comisión de Filmaciones de la Ciudad de México, Fideicomiso del Centro Histórico, Secretaría de Turismo (SECTUR), Marca País, CONACULTA, INAH, INBA, Museo Nacional de Arte, UAM, instituciones también mencionadas en los créditos finales de la película. Cada una de ellas brindó permiso para la

grabación de explanadas y edificios históricos bajo su custodia; sin embargo, hay una de ellas no se tiene explicación hasta ahora y no se encontró información al respecto, se desconoce cuál fue la aportación de la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM) a la película.

Reclutamiento de extras para la filmación en la CDMX

La producción de *Spectre* solicitó apoyo de extras para realizar un carnaval-desfile de Día de Muertos, los cuales fueron reclutados en diversos puntos de la Ciudad de México y posteriormente serían llamados a realizar audición. Obtuvo un total de 1,500 extras quienes participarían en diversas escenas para la grabación, según los datos que proporcionó la producción de *Spectre* (2015). En general, los extras participarían como el público asistente al carnaval.

Sin embargo, no se tiene el dato preciso o el más aproximado de la cantidad de extras que tuvo la filmación en la Ciudad de México, ya que desde el mismo Sam Mendes hasta el director de *casting* difieren por cerca de 200 personas y según los datos de Columba Vertiz de la Fuente (2015) :

Cada una de las locaciones utilizadas en 007 *Spectre* incluye acrobacias y sets espectaculares, comenzando con las escenas del Día de Muertos en la Ciudad de México, en donde mil 250 extras hicieron acto de presencia, vestidos y maquillados por 107 artistas del maquillaje, 98 de los cuales son del país. Cada día de trabajo exigía tres horas y media para preparar a toda la gente (Vertiz, 2015).

El equipo de producción de *Spectre*, manifestó que la realización del carnaval no fue nada sencillo, especialmente en todo lo referente al vestuario, el maquillaje y la utilería, debido a que todos los extras debían estar caracterizados como catrinas y esqueletos. Cabe destacar que cada personaje debía verse diferente a los demás.

Lo anterior se corrobora con la declaración de Jany Temime, diseñadora de vestuario: “Fuimos a México y encontramos gente maravillosa allí. Es su cultura, así que tuvieron que

enseñarme. Les dije: ‘Por favor, háganlo a su manera’. Y trabajaron durante seis meses, pero los resultados son imponentes” (Wilson, M. y Broccoli, B. (productores), 2015).

Es necesario agregar que la producción de *Spectre* se coordinó con la empresa mexicana “Extra Casting México”, la cual se dedica al reclutamiento de extras para todo tipo de filmaciones. Diversos medios de comunicación como el canal de *Youtube NotimexTV*, realizaron una entrevista al director de la empresa Julio Toledo. Preguntando cómo fue el proceso de reclutamiento de extras para la película *Spectre*; entrevista realizada por Araceli Rivera, de la cual se rescata los siguientes datos:

Según los datos arrojados por NotimexTV, “Durante la filmación de la película del agente 007 se ocuparon 14,500 hombres durante 10 días” (NotimexTV, 2015). Para esta afirmación, el director de la empresa Julio Toledo menciona una cantidad de hombres que apoyaron el proyecto llamado *Spectre*. Sin embargo, no se detalló el cargo o el tipo de trabajo que realizaron en específico, ya que diversos medios de comunicación, incluyendo al mismo director de la película Sam Mendes argumentan que el número exacto de extras fue de 1,500 personas incluyendo mujeres.

En cuanto al pago económico para los extras seleccionados, Julio Toledo hace la siguiente declaración:

Las pagas simbólicas este siempre nos traen muchos problemas, porque hay gente que dice “no pues el salario mínimo está en tanto” y que hay que pagar tanto y este. Yo no entro en estos debates, pero una película con poco presupuesto y fuera del Distrito Federal tiene un paga como de puede ser de \$300 pesos, este una paga baja puede ser de \$300 pesos. Este una paga buena puede ser de \$1200 pesos, \$1000 pesos, \$1200 pesos por día de trabajo. Un promedio de una paga es viene siendo entre \$700 u \$800 pesos (NotimexTV, 2015).

A pesar que Julio Toledo da cifras del sueldo para un extra, no especificó el monto que se les pagó a los extras que participaron en *Spectre*. Para el *casting* de extras de *Spectre* se realizó el mismo proceso y recopilación de datos de los interesados, sin embargo, se desconoce

el proceso de selección así como el número preciso de extras que realizaron *casting* para *Spectre*. Al respecto lo menciona Julio Toledo para la entrevista en *Cine PREMIERE* (2015) “en esta película buscamos mexicanos de todos tipos, o sea toda la gama que existe del mexicano, no buscamos el puro morenito, ni tampoco buscamos los que son muy claritos, buscamos de toda la gama”.

Con los datos proporcionados tanto por la producción y dirección de *Spectre* y por Julio Toledo, podemos asumir que definitivamente el corazón del carnaval de Día de Muertos recayó en los extras, mexicanos de todas las gamas y caracterización diferente. Por supuesto, si los mismos extras son los que dictaban las orientaciones a las que la vestuarista decidió acatarse, es el único motivo por el que el carnaval ficticio tomó un toque mexicano, ya que si hubieran incurrido en la perspectiva “siniestra” de Sam Mendes, probablemente la escena gozaría de críticas y pésimas calificaciones al respecto.

2.2 Controversia entre México y el 007. Patrocinadores mexicanos y sus intereses

Después de haber trascendido en lo complicado y los retos para realizar el carnaval de Día de Muertos, es momento de averiguar ¿qué hay detrás de la grabación? Es decir, durante el tiempo de filmación en la CDMX, *Spectre* fue el tema de mayor popularidad que abarcó los encabezados de los periódicos y con ellos una lluvia de datos, comentarios, perspectivas y chismes en torno a la película y al gobierno de México. En este apartado se comenta sobre los acuerdos y la intromisión de personajes importantes en la correlación de acuerdos para que *Spectre* se captara en México.

A lo largo de la filmación en la CDMX se realizaron múltiples conferencias de prensa, donde se tuvieron que trastocar temas polémicos en los que se involucró la película, la producción y el gobierno de México. Se desconoce cómo se agendaron y realizaron las

conferencias de prensa. Pero considerando las fechas registradas, se realizó una conferencia cada día.

A continuación en la siguiente tabla se presentan fragmentos de las declaraciones más controversiales hechas por productores de *Spectre*, los cuales trataron de desmentir la información “falsa” o “equivocada”. Cabe destacar que los fragmentos fueron recabados de diferentes medios de comunicación, con fechas diferentes y con títulos erróneos a la información que se plasmó en las notas, así como lo que se habló en las conferencias.

Título: “México escribe el último guion de James Bond”

Periódico: El País

Periodista: Paula Chouza

Fecha: 12/03/2015

A cambio de ayudas valoradas en 14 millones de dólares, las autoridades mexicanas quieren controlar los pasos del agente 007 durante el rodaje de su próxima película en el país. Según el acuerdo del que se hace eco un portal web especializado en impuestos, Tax Analysts, Sony Pictures Entertainment y Metro- Goldwyn -Mayer Studios Inc. (MGM), que realizan Spectre, habrían accedido a cambiar detalles en el guion del filme de James Bond tan solo un mes después de haber acordado comenzar el rodaje.

- Estos correos electrónicos formarían parte de los documentos hechos públicos después de que unos piratas informáticos se infiltraran en el sistema informático de Sony hace unos meses y difundieran infinidad de archivos. Los productores también denunciaron en su día el robo del guion de la película. "Los correos electrónicos sugieren que el presupuesto de la película puso en una posición tan delicada al estudio que se permitió ceder un cierto nivel de control creativo a burócratas extranjeros", dice el artículo.

- El argumento original de Spectre sitúa a James Bond en México para atrapar a un asesino llamado Sciarra que pretende aniquilar al jefe del Gobierno del Distrito Federal. Las autoridades del país habrían exigido que este fuera intercambiado por un líder internacional y que en ningún caso, el criminal tuviera nacionalidad mexicana.

- "No es raro que los incentivos vengan sujetos a una serie de cláusulas", prosigue el texto, "pero los cambios de Spectre parecen ir mucho más lejos, ya que el estudio permite a las autoridades mexicanas tomar decisiones de casting o dictar la nacionalidad de los personajes".

- En total, la cinta contempla incluir cuatro minutos de secuencias en la capital mexicana, para lo cual se necesitarían nueve días de rodaje en la ciudad, ha informado el diario Reforma. Los documentos desvelados especifican también que en el caso de incluirse tomas aéreas de edificios modernos del Distrito Federal, la producción recibiría un apoyo extra de seis millones de dólares.

Título: “Productor de la cinta “Spectre” presenta a la “Chica Bond” ”		
Periódico: Excelsior	Periodista: s/n	Fecha: 18/03/2015
<p>-El productor James G. Wilson, quien está al frente de la nueva cinta de James Bond titulada Spectre, que tendrá locaciones en el Distrito Federal, señaló que la producción no recibió dinero del gobierno capitalino ni se modificó la estructura del guión para incluir a México, como se ha especulado. "Siempre que vamos a filmar a distintos países se hacen acuerdos y se tienen incentivos, ya sea con impuestos o apoyos para cooperación, y en este caso tuvimos compañías privadas con las que nos unimos para estimular el turismo en este país, las cuales también estuvieron involucradas para darnos financiamiento y apoyo práctico. El monto de dinero no lo discuto nunca, pero en lo que concierne al gobierno, sólo nos ayudó para presentarnos a estas personas y luego tuvimos su apoyo para obtener permisos, para controlar las calles y la policía y cosas así".</p> <p>- Durante la reunión en la que se presentó a la actriz mexicana Stephanie Sigman como parte del elenco de la película, pues siempre se contempló tener a México y a una actriz de este país.</p> <p>- Nosotros vimos a mujeres que podrían ser apropiadas para este papel y Stephanie salió a la luz y al director le gustó para el papel del que no les puedo hablar", destacó con humor Michael G. Wilson.</p> <p>- Respecto a la filmación que se desarrollará en la Ciudad de México, el productor aseguró que se tratará de una escena complicada, pues "es una persecución en el Centro Histórico e involucra a más de mil 500 extras en el Zócalo, en una celebración del Día de Muertos", por lo que también se tiene contemplado a un equipo de alrededor de mil personas.</p> <p>- Finalmente, el productor destacó que la intención de la franquicia de Bond no pretende entrar en asuntos políticos, sino simplemente entretener. "La policía vino y nosotros preguntamos qué tipo de policía debería de ser la correcta en un evento como ese y es todo sobre eso, nada más, nosotros queremos ver a México en una buena visión, no en una mala. "En las películas de Bond tratamos de no adentrarnos en las situaciones políticas, como una vez me lo dijo Albert R. Broccoli, pues estas cintas son populares en todo el mundo.</p>		

Figura 33. Tabla de notas relevantes sobre la filmación de la película *Spectre*. Información tomada de los periódicos “El País” y “Excelsior”. Elaboración propia, 2019.

Después de las declaraciones de la periodista Paula Chouza del periódico “El País” nos hace ver que la modificación del guion original de la película *Spectre* fue reformado por

influencias gubernamentales mexicanas, a cambio de 14 millones de dólares por la “breve” modificación al guion original, evitando que apareciera involucrado el Jefe de gobierno y en peligro por asesinos internacionales. Más un bono adicional de 6 millones de dólares si la producción filmaba los edificios más “modernos” de la CDMX en tomas aéreas.

Después de un análisis del resultado aparecido en la película, es sencillo asegurar que el “apoyo” económico ofrecido por el gobierno de México dio excelentes resultados, el guion de la película fue modificado y a escasos minutos de terminar las tomas en la CDMX, aparece James Bond en un helicóptero cerca de la Avenida Reforma, la avenida que luce los edificios más innovadores.

Por otro lado, en la nota publicada por el periódico Excelsior de autor desconocido, mencionan que en el productor de *Spectre* James G. Wilson, afirmó que la producción no recibió ningún incentivo económico por parte del gobierno capitalino mexicano, negando la modificación del guion de la película para “incluir a México”. Sin embargo, evidenció que la producción se unió a empresas privadas para “estimular el turismo en el país”, compañías que dieron financiamiento y apoyo práctico. Argumentando que lo único que hizo el gobierno capitalino fue presentarles a estos inversionistas y el apoyo en la obtención de permisos, entre otras. Resaltando que las películas de James Bond jamás han tenido la intención de involucrarse en asuntos políticos de ningún país. Se agregan las notas originales a final del documento en la sección de anexos.

Dentro de los temas antes mencionados, hubo uno que causó revuelo en la prensa de México. Bajo los mismos argumentos ya mencionado por los recientes autores, es decir, el pago que otorgó el gobierno de México a cambio de la modificación en el guion. Según palabras de la periodista Elena Reina del periódico *El País* bajo el título: “James Bond rueda su versión del Día de Muertos mexicano” el 19 de marzo del 2015:

El productor estadounidense ha querido apartar la reciente polémica que sobrevuela la cinta y ha negado que existiera una presión por parte de las autoridades mexicanas para controlar el guión de la película. Una información que hizo pública un portal web especializado en impuestos, Tax Analyst, y del que se hicieron eco todos los medios locales. La página era concreta: se había pedido desde el Gobierno que la nacionalidad del villano no fuera mexicana y que habría un apoyo extra a la producción si se mostraban tomas aéreas de los edificios modernos de la ciudad. Pero Wilson insistió: "No hay nada en el guión que no hubiera antes. El villano —que era el marido en la ficción de la actriz Mónica Bellucci— siempre fue italiano" (Reina, 2015).

Argumentos que ya se habían mencionado previamente, pero cabe destacar un asunto relevante en esta cita, que a comparación de las anteriores, en esta aludían que el villano de la película atacaría al jefe de gobierno, mientras que la periodista Elena Reina menciona que el gobierno trataba de impedir que el villano fuera de nacionalidad mexicana. Dos notas con diferente finalidad, pero bajo el mismo argumento de control y pago por parte del gobierno mexicano.

A partir de esta declaración, los rumores y la polémica se iniciaron alrededor de la filmación de la película en la CDMX ya que no fue la primera vez que James Bond grababa escenas en México debido a que *Spectre* fue la cuarta cinta de la franquicia. Sin embargo, en la nota sólo se alude como antecedentes "*Licence to Kill*" de 1989 y "*Quantum of Solace*" del 2008.

Como ya se mencionó anteriormente, en los créditos finales de la película *Spectre* aparecen como "agradecimientos" en primer lugar a Miguel Alemán Magnani y Daniel Chávez Moran, posteriormente otorgando un agradecimiento a "Grupo Alemán" y "Grupo Vidanta", entre otras empresas.

Para profundizar más al respecto de las organizaciones relacionadas con este filme de Bond, es necesario mencionar a la empresa Grupo Alemán, la cual es dirigida por Miguel

Alemán Magnani, hijo de Miguel Alemán Velasco, el ex gobernador en el estado de Veracruz en el periodo 1998-2004 y nieto de Miguel Alemán Valdés, presidente de México de 1946-1952. Cabe mencionar que este personaje también fue empresario y presidente ejecutivo de aerolíneas Interjet, accionista en grupo Televisa y fundador de ABC Aerolíneas, fundador de “Grupo Alemán”, una empresa de trayectoria internacional dedicada al transporte aéreo, al desarrollo regional e inmobiliario, el entretenimiento, la comunicación y la energía. Este personaje forma parte de la “Galem Energy”, una empresa incorporada a Grupo Alemán.

Por otro lado, Miguel Alemán Magnani al ser un empresario multidisciplinario, relacionado con el mundo del cine y asociado con la *Metro-Goldwyn-Meyer Studios*, productora encargada de realizar *Spectre*, así como también se encuentra relacionado dentro de las ramas del turismo en México, según lo argumenta la página Wikipedia:

Recientemente fue nombrado “Embajador de Turismo de la Ciudad de México” por la Asamblea Legislativa de la Ciudad de México. El señor Alemán está convencido de mostrar lo mejor de México al mundo. Es por eso que en el 2015 promovió el rodaje de la película de James Bond 007 “Spectre” en México, cuyas primeras escenas se filmaron en el centro histórico de la Ciudad de México y mostraron la “Celebración del Día de Muertos” que es una importante tradición prehispánica del pueblo mexicano. Dicha película fue vista por millones de personas en todo el mundo, generando gran curiosidad por visitar México y conocer sus tradiciones. A partir de la película el “Desfile del Día de Muertos” es organizado todos los años por el gobierno de la Ciudad de México. Fiel a su experiencia cinematográfica, ha patrocinado y coproducido varias películas tales como “Amores Perros”, “Little Boy” y la serie “Detrás del Dinero”. El señor Alemán está asociado con Metro-Goldwyn-Meyer Studios y creó Gato Grande Productions para producir series, películas y diversas producciones en español (Wikipedia, s.f.).

Miguel Alemán Magnani teniendo diversos enlaces tanto en el turismo, la rama del entretenimiento, múltiples negocios, etc. tuvo todas las armas suficientes para ser uno de los inversionistas que mencionaba Paula Chouza, ya que él se vería beneficiado a partir del estreno de la película por todos sus medios empresariales pertenecientes a las ramas turísticas en México. De tal manera, al analizar cierta información acerca de Magnani, se puede intuir que su atención

en el medio del entretenimiento y la farándula, es solamente con la finalidad de obtener mayores intereses individuales.

Por otro lado, el empresario Daniel Chávez Moran es vicepresidente de Grupo Vidanta, empresa dedicada al manejo de cadenas hoteleras con gran prestigio y ubicadas en puntos de mayor turismo en el país. La revista “Reportur”, especializada en noticias de turismo, ha destacado información significativa con relación a Miguel Alemán Magnani y Daniel Chávez, especialmente a su participación y patrocinio de la película *Spectre*.

Al respecto en marzo del 2015 salió a relucir la noticia sobre la unión de ambos personajes con sus respectivas empresas:

Para Miguel Alemán Magnani, presidente de Grupo Alemán e Interjet, así como para Daniel Chávez vicepresidente de Grupo Vidanta, la promoción que generará la filmación de *Spectre*, la nueva película del personaje James Bond, en la Ciudad de México, es una oportunidad única por lo que decidieron participar como patrocinadores de dicho film (R.R, Reportur, 2015).

La nota también hace mención a la entonces secretaria de turismo Claudia Ruiz Massieu quien estuvo a favor del proyecto destacando lo siguiente: “imagen positiva, atractiva y que genera confianza en el mundo y un factor para el crecimiento del turismo internacional en el país”. Por supuesto, detalló (2015) que la filmación lograría una importante derrama económica, repartidos y siendo beneficiados la ocupación hotelera, consumo de alimentos, más el propiciar 2,500 empleos entre técnicos, extras, creativos y artesanos. Cifras que sólo serían previstas para la filmación de la película.

De acuerdo a la nota de Arturo Medina en la revista digital “Reportur” de abril del 2015, Daniel Chávez Moran es quien dio la noticia de su fusión con Alemán Magnani:

Daniel Chávez (representado por su hijo), en la Ciudad de México, puso su nombre a lado del de Miguel Alemán Magnani, confirmando su participación financiando la presencia de James Bond en la Ciudad de México; los magnates dejaron en claro que la inversión se realizaba como un estímulo a la inversión extranjera (Medina, 2015).

Tomando como referencia el argumento de Daniel Chávez (2015) el cual decía que la película tuvo una estrategia adecuada en cuanto a promoción a nivel internacional, ya que el filme era parte de una franquicia con éxito asegurado en cines.

Al tener claro los beneficios para la Ciudad de México a corto plazo y el aumento turístico, posteriormente hubo otra instancia interesada en participar en el proyecto *Spectre*, el gobierno de la Ciudad de México, el cual tendría la oportunidad de utilizar la “marca” CDMX, misma que fue reconocida en los créditos de la película:

Para la inversión que se hizo para traer la producción del Agente 007 a México llamada *Spectre (Espectro)*, que se filmó en la Ciudad de México, el Gobierno mexicano se alió a la familia Alemán (Interjet) y Daniel Chávez (Hoteles Mayan Palace de Grupo Vidanta) (R.R, 2015).

Se puede percibir que aparentemente el único medio de comunicación que estaba retratando la realidad sin atajos fue la revista Reportur, anunciando esta alianza en pleno 2015 año que se realizaron las grabaciones de la película.

En relación con la investigación más adentrada a los personajes involucrados con *Spectre*, en septiembre del 2018 se realizó una visita a la Comisión de Filmaciones de la Ciudad de México, ubicada en Calle República de Cuba 41, Colonia Centro de la CDMX.

En este trabajo de campo se solicitó una entrevista o audiencia con el director o con la persona encargada en la correlación que tuvo la Comisión de Filmaciones y de gestionar los permisos para la grabación de *Spectre* en el Centro Histórico. La respuesta fue negativa, ya que el personal desconocía quién había realizado la documentación necesaria para la realización de la película *Spectre*. Por otro lado, fue posible obtener información del personal el cual proporcionó la manera de contactar con el director de la institución a quien se le hace llegar la solicitud de información y las preguntas que se requerían para la presente investigación.

Fue así que el día 19 de septiembre del 2018 se envió un correo electrónico a Jorge Alberto Santoyo Vargas, Director de Permisos y Vinculación Interinstitucional, al cual se le hizo una presentación formal explicándole el motivo de la investigación.

A continuación se presentan las preguntas que se le hicieron llegar al director:

1.- ¿Con cuánto tiempo de anticipación se pidieron los permisos para la filmación de la película *Spectre*?

2.- El permiso de filmación y el pago, ¿fue en efectivo o bajo algún convenio con la CDMX?

3.- De acuerdo a la nota periodística: “Mancera le pone el ojo al 007; podría nombrarlo huésped distinguido”, redactada por Alberto González y Eduardo Bautista del periódico *EL FINANCIERO*, con fecha de publicación del 19 de marzo del 2015.

<http://www.elfinanciero.com.mx/nacional/mancera-le-pone-al-ojo-al-007-podria-nombrarlo-huesped-distinguido>

4.- ¿En dónde y en qué fecha se realizó el concurso donde México participo para aparecer en la película de *Spectre*?

5.- ¿Cuántos años de anticipación viajo la producción de *Spectre* para investigar y ver que se realizaba el día de muertos?

6.- De acuerdo a la nota periodística: “Hasta el agente 007 recibe “mordida” en México”, redactada por AN, de la página *Aristegui Noticias*, con fecha del 11 de marzo del 2015.

<https://aristeguinoticias.com/1103/kiosko/hasta-el-agente-007-recibe-mordida-en-mexico/>

7.- ¿Cómo se llevó a cabo el proceso de selección, en el que pudo involucrarse la CDMX para vestuario, maquillaje y casting para la película de *Spectre*?

El día 28 de septiembre del 2018 se recibió la respuesta del director de la Comisión de Filmaciones con la siguiente información:

Buenos días, en relación a su petición, le solicito atentamente la haga a través del portal de transparencia y únicamente podremos proporcionarle la información que sea pública y que se encuentre en archivos de la Comisión. Toda la información de este proyecto la manejo directamente Comunicación Social de Jefatura de Gobierno, a nosotros no nos permitieron dar ningún tipo de info. Será el mejor camino a seguir. Gracias (Santoyo, 2018).

Dicha información permite comprobar que las negociaciones de *Spectre* y su filmación en el Centro Histórico, recae nuevamente en el gobierno de la Ciudad de México. Aunque,

aparentemente, dicho permiso debía incurrir directamente en la Comisión de Filmaciones de la Ciudad de México bajo su estricto reglamento y procedimientos.

2.3 Consejo de Promoción Turística de México

En este apartado se hablará específicamente de uno de los principales causantes y contribuyentes financieros para la creación del Desfile de Día de Muertos proyectados en la CDMX. Cabe resaltar que no se discutirá la forma de operar de la institución, si no de las relaciones y sus principales conectores que unieron a la película *Spectre* con los ya mencionados empresarios, Daniel Chavez y Miguel Alemán Magnani. A continuación se hace la presentación del Consejo de Promoción Turística:

El Consejo de Promoción Turística de México somos el organismo encargado de coordinar, diseñar y operar las estrategias de promoción turística a nivel nacional e internacional, así como promocionar el sin fin de increíbles destinos y actividades que México te ofrece, en los mejores escenarios, naturales y culturales (Consejo de Promoción Turística, 2015).

A partir de la misión a la que se compromete el Consejo de Promoción Turística es válido conjeturar que son los especialistas en diseñar tácticas factibles para atraer turismo, principalmente internacional, a las zonas y sectores de mayor interés turístico en México que son expuestas y promocionadas en ferias turísticas por todo el mundo. Cabe destacar que el Consejo de Promoción Turística es una institución afiliada a la Secretaría de Turismo, sin embargo, no pertenece completamente a dicha Secretaría.

Durante la conferencia de prensa efectuada el 19 de marzo del 2015, rescatada de la página *QUADRATIN México*, la cual fue redactada por Laura Alanís Villafuerte, al verse involucrado el entonces jefe de gobierno de la Ciudad de México, Miguel Ángel Mancera, trató de desmentir los rumores acerca de una contribución económica a la producción de *Spectre*. Remarcando que en ningún momento se proveería una cuota económica como “apoyo”,

mencionando por último que la única aportación que se realizaría a la filmación sería en carácter de “aportación cultural” por parte de su equipo de trabajo junto con las autoridades.

Sin embargo, existe un detalle más preocupante en esa declaración:

“Porque por supuesto que hacemos una aportación en el marco cultural y de su gente, además de la coordinación que vamos a tener con autoridades”, externo. Refirió que la Ciudad de México fue reconocida por esta producción al ser escogida entre las ciudades de Nueva York y de Singapur (Villafuerte, 2015).

El jefe de gobierno mencionó un supuesto concurso donde la Ciudad de México resultó ganadora tras competir con otros países. "Hubo una búsqueda de locaciones, de candidatas para James Bond, y tenemos claro que en esta ocasión nosotros competimos con Nueva York y con Singapur" expuso. “Y al escoger a nuestra ciudad eso ya es un orgullo para nosotros” (Villafuerte, 2015).

Las declaraciones del jefe de gobierno resultaron bastante claras y concretas, sobre todo por la figura de autoridad que él representó en ese momento. No se tendría porque dudar de las palabras del servidor público, sin embargo, declaraciones de otros personajes enrolados en el medio de *Spectre*, tuvieron argumentos diferentes que hacen una obstrucción con las de Miguel Ángel Mancera.

Lo más relevante es que durante el proceso de filmación y hasta el estreno de la película, el jefe de gobierno de la CDMX fue el único personaje que mencionó un concurso de “búsqueda de locaciones”, ni siquiera los productores de *Spectre*. Hasta el momento no consta registro de dicho concurso y no existen pruebas, ni contenido de las bases y condiciones para los países interesados en participar, de manera que se desconocen cuáles fueron las medidas de

evaluación, así como también se desconoce el veredicto donde se mencione que México resultó ganador.

El periódico virtual *sinembargo.mx* publicó una nota de la periodista Dulce Olvera en donde se dio a conocer algunos datos relevantes sobre el pago que otorgó el Consejo de Promoción Turística a la producción de *Spectre*. La nota inicia con la declaración de los hechos:

Detrás de cámaras, México Orgullo del Mundo, una sociedad creada por el cancelado Consejo de Promoción Turística, pagó 18 millones de dólares a la productora para presentar al país en al menos cuatro minutos, de acuerdo con la Auditoría Superior de la Federación. Este órgano fiscalizador observó la carencia de normatividad para hacer esa Sociedad y recomendó investigar a los funcionarios públicos que no dieron seguimiento al contrato (Olvera, 2019).

En esta nota se menciona que Santiago Nieto Castillo, titular de la Unidad de Inteligencia Financiera, dio a conocer una identificación y desvíos a cuentas propias a empresas en Estados Unidos por 3 mil millones de pesos por parte del Consejo de Promoción Turística durante el sexenio de Enrique Peña Nieto, lo que procedería a una denuncia formal.

A continuación se presenta la denuncia de los hechos por parte de Dulce Olvera, donde remarca que el Consejo de Promoción Turística tuvo una evolución después de disolverse, para volver a conformar una sociedad anónima con la cual pudo “financiar” a *Spectre*:

Para esa secuencia, el extinto Consejo de Promoción Turística de México (CPTM) creó una Sociedad Anónima Promotora de Inversión de Capital Variable (Sociedad) llamada “México Orgullo del Mundo” y de la cual era accionista. Con ella el 18 de marzo de 2015 celebró el contrato “Location Placement Agreement” con la empresa productora de la filmación por 18 millones de dólares (286 millones 342 mil 500 pesos) para “presentar a México con diferentes locaciones con una duración de al menos cuatro minutos”, reportó la Auditoría Superior de la Federación (ASF) en la Cuenta Pública 2015 (Olvera, 2019).

Las evidencias residieron en falta de pruebas y consistencia por parte de la nueva sociedad “México Orgullo del Mundo”, es decir, la unificación del Consejo de Promoción

Turística (CPTM) con Grupo Alemán y Grupo Vidanta. Es decir, básicamente se realizó la creación de esta nueva asociación civil con el único fin de apoyar y sobre todo solventar el financiamiento de *Spectre*, ya que todos tendrían beneficios directos con ese negocio:

Sin embargo, “la Asamblea de Accionistas del CPTM no contó con los elementos que sustentaran la viabilidad en la creación de una sociedad con particulares, que tuvo como proyecto la filmación en México de la secuencia de la película de James Bond ‘Spectre’, dado que carece de marco normativo”, detectó el órgano fiscalizador (Olvera, 2019).

Ya que esta revisión fiscal se realizó un año después, con los argumentos que ya se exponen, parte de los accionistas del Consejo de Promoción Turística no estuvieron de acuerdo, se desconoce si a final de la negociación sí se unieron el CPTM, Grupo Alemán y Grupo Vidanta. Y de no ser así, posiblemente los únicos inversionistas capitales fueron estos dos últimos. En cuanto a la intervención y negociación del Gobierno de la Ciudad de México con la producción de *Spectre* en el Centro Histórico, Dulce Olvera argumenta lo siguiente:

Se establecieron diversas actividades por efectuar por la Sociedad [del CPTM], entre otras, apoyar en todos los permisos y licencias de filmación, asistir u obtener asistencia para el productor en la negociación de descuentos y accesos a vuelos, hoteles y transportación terrestre”, dice esa auditoría dictaminada para la Cuenta Pública 2015 (Olvera, 2019).

La investigación de la periodista argumenta que el CPTM y su manera de apoyar a la filmación consistieron en la solución de autorizaciones y licencias, que quizás, es donde se involucró directamente al Gobierno de la CDMX, así como la gestión con empresas interesadas en participar y otras interesadas en la filmación.

De acuerdo a la declaración que realizó Michael G. Wilson, uno de los productores de *Spectre*, negó que en algún momento haya recibido un pago por ajustes en la película: “No hay nada en el guión que no tuviéramos ya. El villano siempre fue alguien italiano” (2015). Por otro lado, Dulce Olvera argumenta lo siguiente con respecto a la misma situación:

En marzo de 2015, el sitio de *Tax Analysts* trascendió que autoridades mexicanas pagaron al menos 14 millones de dólares a la producción de *Spectre* para que cambiara el guión para que la policía mexicana no fuera identificada, que el asesinado no fuera el Jefe de Gobierno de la Ciudad de México sino un diplomático, y que fuera una secuencia mínima de cuatro minutos (Olvera, 2019).

La periodista está reiterando datos que ya se habían comentado anteriormente con otros medios de comunicación, es decir, son más los medios que argumentan un soborno a la producción a cambio de hacerle modificaciones al guion de la película, que los que puedan dar los productores del filme, sin embargo, Michael G. Wilson sí declaró abiertamente lo siguiente:

Hubo una empresa que se unió a nosotros a esa aventura y que apoya el turismo en este país. Hubo un grupo de hoteles y hay otros involucrados, que nos dieron apoyo financiero. Sobre el monto del dinero, no quiero ahondar. Tenemos una política sobre eso (Olvera, 2019).

Evidentemente la empresa que “apoya el turismo” se refiere a Grupo Alemán y el “grupo de hoteles” hace referencia a Grupo Vidanta. Ahora bien, Olvera (2019) menciona que la ex secretaria de turismo, Claudia Ruiz Massieu, dio su opinión y negó que el Gobierno federal se involucrara en la alteración del guion de la película, pero admitió que sí hubo un préstamo económico por parte del Consejo de Promoción Turística.

2.4 Colectivo “Última Hora”, su participación en *Spectre*

El colectivo “Última Hora” es una empresa dedicada a realizar piezas de gran formato con técnicas artesanales donde sus principales trabajos se exhiben en carnavales, exposiciones y desfiles. Este colectivo que nació gracias a los múltiples talleres que se ofertaban en una de las sedes de la “Red de Faros” de la Ciudad de México. A su vez la “Red de Faros” es un proyecto nacido en el año 2000 el cual fue creado por la Secretaría de Cultura de la Ciudad de México, siguiendo una línea de rescate e intervención cultural, al tratar de erradicar los problemas

sociales más comunes como la drogadicción, la violencia familiar y el desempleo en las comunidades y colonias con alto índice de marginación de la CDMX.

A continuación se presenta la misión del proyecto “Red de Faros”, a través de las palabras de Agustín Estrada Ortiz, director de dicha red:

Las Fábricas de Artes y Oficios de la Ciudad de México (FAROS) se conforman de cuatro espacios culturales ubicados en las periferias de la capital; específicamente en las delegaciones de Iztapalapa, Tláhuac, Milpa Alta y Gustavo A. Madero. Los FAROS son un modelo de intervención pública impulsado por el Gobierno del Distrito Federal, que promueve la creatividad y la reconstitución del tejido social. Son una respuesta a la necesidad de desconcentrar la oferta cultural en la ciudad basada en el principio de equidad, donde se ofrecen talleres libres en artes y oficios, además de una amplia gama de acciones que propician la formación de ciudadanos y el reconocimiento de la diversidad cultural (Estrada. s/f).

Como ya se conoció en palabras de Agustín Estrada, la Red de Faros es un proyecto bien dirigido con una finalidad específica: erradicar o disminuir los males a través de las artes y la cultura, ofertando talleres artísticos u oficios. Es necesario aclarar que no se tratará este tema a profundidad, simplemente es un antecedente para entrar de lleno con uno de los colectivos más exitosos que nació justamente de uno de los Faros.

El Faro Oriente el cual está ubicado en la delegación Iztapalapa, seis alumnos decidieron unirse para realizar un colectivo al que nombraron “Ultima Hora” en el año 2004. Con varios años de experiencia, se han consolidado y reconocido como una microempresa dedicada a la creación y fabricación de trabajos enfocados a exhibiciones, concursos, grabaciones cinematográficas y participación en desfiles con piezas inspiradas en el Día de Muertos. El colectivo está conformado por Juan Vázquez Morales, Marco Antonio Osorio Maldonado, Oscar Raúl Osorio Maldonado, Jeremy Carbajal Ortiz, Ramón Espinoza Juárez y Joaquín Segundo Cruz.

A continuación se presenta una tabla con los trabajos más significativos en los que el Colectivo “Ultima Hora” ha resaltado su participación con piezas monumentales. Información obtenida de la página web del Colectivo “Ultima Hora”:

TIPO DE EVENTO	PARTICIPACIÓN
OFRENDAS DÍA DE MUERTOS	<p>2005 El Gran Tzompantli: Mega ofrenda de día de muertos en el zócalo de la Ciudad de México.</p> <p>Tapete: Con 3000 cráneos de papel formando la silueta de “Mictlantecutli” mega ofrenda de la Ciudad de México. 2006 Personajes de la Ciudad: Ofrenda en el zócalo de la Ciudad de México.</p> <p>2007 Luchando con la Muerte: Ofrenda en el zócalo de la Ciudad de México con un ring monumental.</p> <p>2008 Juego de Pelota: Ofrenda en el zócalo de la Ciudad de México. Elaboración de ánima sola y diferentes tipos de enterramientos en el Centro Histórico con motivo de la celebración de Día de Muertos.</p> <p>2010 Participación en la Ofrenda Monumental de Zócalo con las producciones “Árbol de la muerte florida”, “Cueva para Velas Rituales”, escenografía del escenario principal “Sueño Sagrado”, y “Capilla de Tonatzintla”.</p> <p>2013 Ofrenda Monumental de Día de Muertos, dedicada al grabador José Guadalupe Posada.</p>
CINE	<p>2007 Elaboración de escenografía para la película “La Leyenda de la Nahuala”.</p> <p>2014 Realización de piezas de cartonería en inspiración a la película "El libro de la vida"</p> <p>2015 Spectre</p>
CONCURSO DE ALEBRIJES	Participando 5 años continuos con múltiples diseños, realizados para diversas instancias gubernamentales y privadas.
CARROS ALEGÓRICOS EN DESFILES	<p>2004 al 2007, participación en el Carnaval de Veracruz</p> <p>2006 Delegación Iztapalapa, Desfile de la Revolución en Zócalo de la Ciudad de México.</p> <p>2010 Participación en las celebraciones de Bicentenario con producción para el desfile del 15 de septiembre en la Ciudad de México: diablos patinetos, máscaras de talavera y alegóricas, sombreros decorados con flores.</p> <p>2016 Desfile Bolo Fest.</p>

Figura 34. Tabla de participaciones del Colectivo “Ultima Hora”. Información tomada de la página web del Colectivo “Ultima Hora”. Elaboración propia, 2019.

Los trabajos del Colectivo “Ultima Hora” iniciaron desde el año 2005 en el Carnaval de Veracruz y a partir de ese momento sus trabajos se fueron enfocando hacia el Día de Muertos y temas propiamente prehispánicos y algunos otros históricos (salvo por el Desfile Bolo Fest) dado a la breve descripción que aporta la tabla, todos estos temas fueron adaptados a un toque novedoso como los diablos “patinetos”. Cabe mencionar que su larga y exitosa trayectoria ganó popularidad especialmente por sus diseños de cráneos y esqueletos de gran formato, los cuales fueron el anzuelo perfecto para atraer a la producción de *Spectre*.

El jueves 17 de enero del 2019 se entrevistó al artesano Marco Osorio, integrante del Colectivo “Última Hora” el cual fue contactado por la red social *Facebook* a través de la página oficial del colectivo. La entrevista se realizó dentro de las instalaciones del Faro de Oriente con la finalidad de conocer la relación que tuvo el Colectivo “Ultima Hora” con la producción de *Spectre* y la recreación de la festividad de Día de Muertos:

Durante la entrevista se le hicieron varias preguntas al artesano, sin embargo, surgió la duda de dónde provenía la influencia o desde cuándo realizaban esqueletos gigantes como los que aparecieron en *Spectre*, el entrevistado respondió lo siguiente:

Bueno los esqueletos gigantes vienen desde 2005, la primer Mega Ofrenda aquí tenemos una imagen, la primer Mega Ofrenda del Zócalo fuimos participes, fuimos este... a partir de ahí se empezó a tomar al Zócalo como pista de piezas monumentales, bueno tomamos el Zócalo con piezas monumentales, desde el 2005, fue la primer referencia en cuanto a monumentalidad eh... Día de muertos en el Zócalo (Osorio, Marco. Comunicación personal, enero 2019).

Según la respuesta del entrevistado desde el año 2005 fue que el colectivo innovó la primera Mega Ofrenda con esqueletos gigantes, los cual fueron lo suficientemente llamativos para repetirlos en sus trabajos y posteriormente, ser solicitados en el 2015 para su aparición en *Spectre*.

Como ya se mencionó, el Colectivo “Ultima Hora” ha tenido numerosas participaciones en eventos gubernamentales relacionados con el Día de Muertos. Por otro lado Marco Osorio (2019) menciona cuál ha sido el procedimiento para las participaciones en tales eventos: “no tanto como solicitadas, hay una especie de licitación, pero no es así como tal, donde metemos como así como te digo, propuestas y eh... en caso de que ganemos, participamos”.

Al preguntarle sobre el manejo y experiencia que ha tenido el colectivo al realizar este tipo de trabajos, Marco Osorio menciona lo siguiente:

Si nos referimos directamente a la película, fue un requerimiento que nos, este... que nos pidió la producción, pero eh... tomando como base las producciones anteriores que ya teníamos, ¿sí? Porque nosotros como colectivo se ha caracterizado por la elaboración de piezas monumentales, hemos hecho piezas desde... no sé, metro y medio, hasta 15 metros de alto (Osorio, 2019).

El entrevistado argumenta la vasta experiencia que tiene el colectivo en la creación de piezas monumentales, sin embargo, alude a que específicamente los esqueletos gigantes tipo títeres sí fueron solicitados específicamente por la producción de *Spectre*. La experiencia del colectivo en realizar trabajos monumentales se maneja por la presentación de propuestas tanto de materiales y diseños. Sin embargo, depende del “cliente” la especificación y cómo solicite la pieza:

Es complicado, digamos parte de las dos situaciones, una que nos dicen: ¿saben qué? Queremos una pieza así en específico, así como esta, tal cual y ya. Este nosotros proponemos materiales más que nada, pero la mayor parte de las... de los eventos o los requerimientos es eh... Tengo tal tema, desarróllenlo y preséntame una propuesta. Por ejemplo, el año de del 2000 ¿Qué fue? El 10, no recuerdo en qué año fue el año de José Guadalupe Posada, ahí participamos nosotros como únicos exponentes en la Mega Ofrenda del Zócalo y el tema era ese ¿no? José Guadalupe Posadas; propongan un tema ustedes. La pieza, todo el concepto, lo hicimos y lo desarrollamos, de acuerdo al tema nos apoyamos o bajo el concepto (Osorio, 2019).

Es decir, el colectivo al ser invitado a participar especialmente en eventos gubernamentales son libres de la autoría de las piezas, cuidando el concepto y el diseño, incluso tuvieron la libertad de elegir el tema que se expondría para la Mega Ofrenda ya mencionada. Sin embargo, eso no les impide trabajar “bajo pedido” y apegarse a lo que el cliente solicite. Asimismo, se le pregunto al entrevistado si considera que trabajar en las instalaciones del Faro Oriente ha influido en las instancias gubernamentales que solicitan sus trabajos para eventos en el Zócalo capitalino:

No, el Faro de Oriente pertenece a la Secretaría de Cultura, depende de la Secretaría de Cultura. Pero nosotros somos independientes, somos m... tenemos como espacio de trabajo el Faro de Oriente porque aquí nacimos, fuimos alumnos de aquí del Faro. Llegamos a formar el colectivo como el siguiente paso de lo que es la formación de talleres y conforme a... formar una... se puede llamar una industria cultural que formamos, pero no dependemos de alguna institución (Osorio, 2019).

El entrevistado refuta que el colectivo “Ultima Hora” se mantiene independiente al Faro Oriente y por consiguiente a la Secretaría de Cultura, no se descarta la buena relación y el trabajo bien ejecutado que el colectivo realizó en los eventos gubernamentales, lo que promueve que sigan siendo buscados por la calidad y profesionalismo de su trabajo. Cabe mencionar que el colectivo “Ultima Hora”, tiene la misión específica de “consumir local”. Es decir, ayudar a la comunidad aledaña al Faro de Oriente, según lo mencionó Marco Osorio:

Sí, nosotros somos auto generadores de nuestros recursos y que damos trabajo a mucha gente de la comunidad, luego cuando tenemos un proyecto invitamos a la gente, a todos los de la comunidad, los allegados este. Y obviamente les damos su remuneración económica, y aparte siempre donde vayamos vamos con la bandera del Faro de Oriente porque es para nosotros como para las universitarios, es su alma mater (Osorio, 2019).

Dicho de otra manera, el colectivo se encarga de la parte creativa, los diseños y el apoyo a la comunidad se forja en la compra de materiales o búsqueda de algún servicio que ellos requieran, acercándose a las personas de la comunidad en busca de una ayuda mutua, ellos consiguen el servicio que necesitan y pagan por ello. También se le solicitó al entrevistado explicar a profundidad cómo se dio el enlace entre el colectivo y la producción de *Spectre*:

Bueno, no nos contactaron, como te menciono, ese es el trabajo que venimos utilizando desde el 2005 ya tenían. No estoy seguro de una referencia clara de nosotros, pero si se tenía referencia de los trabajos que nosotros habíamos realizado en el Zócalo. Llegaron a la CDMX preguntando ¿quién se encargaba de esos trabajos?; los mandaron con Secretaría de Cultura, la Secretaría de Cultura directamente los localizaron con nosotros. Vienen para acá, nos presentan la propuesta, vieron todas las piezas que teníamos aquí expuestas, nos dijeron que este... tenían un prototipo de la pieza, para ver como la resolvíamos, la este... no como calificarla como tal, pero sí saber si se ajustaba a su requerimiento. Sí, efectivamente tuvieron 15 días para revisarla para... al revisamos, la estudiamos, la presentamos, hicimos un pre ensayo, para que pudieran verla, les gustó y así participamos (Osorio, 2019).

Tal parece que la mejor carta de presentación que tuvo el colectivo fue sus excelentes trabajos y exposiciones realizadas en el Zócalo Capitalino, ya que las imágenes de dichas piezas llegaron a los ojos de la producción de *Spectre*. Debido que al llegar a la CDMX se dirigieron específicamente a contactar a los autores de dichas piezas.

A pesar de la experiencia del Colectivo “Ultima Hora” en la realización de piezas monumentales, en esta ocasión el colectivo no tuvo libertad absoluta para el diseño de los cráneos monumentales. Ya que las piezas tenían especificaciones precisas que solicitaron los productores de la película y el diseñador de arte:

No, fue propuesta nuestra. Como te digo, a nosotros nos mostraron un guion gráfico, ¿Saben qué? queremos un... am... Títeres gigantes eh... con la temática de esqueletos y nos trajeron una propuesta, este gráfica, pero no es la propuesta así tal cual; entonces propongan tanto materiales como la cuestión estética y el único requerimiento era que fueran muy ligeros, movibles para que la gente los pudiera cargar (Osorio, 2019).

Por supuesto que la producción de *Spectre* ya tenía una idea clara de lo que necesitaban para la filmación, piezas movibles de gran formato. Pero en adelante, el colectivo efectuó el diseño de los esqueletos y los materiales aptos para realizarlos. A su vez el entrevistado argumenta que la idea de las marionetas (*puppets*) y el Desfile de Día de Muertos es creación de la producción de *Spectre*, aunque un concepto tergiversado:

Fue directamente inspiración de la productora, porque en toda la república no hay un desfile como tal de Día de Muertos. Porque normalmente tenemos nosotros una pequeña discusión porque a raíz de esa película de la que fuimos parte, este en una cuestión muy personal, creo que fuimos parteaguas para que se tomara la decisión de hacer un desfile de Día de Muertos a partir de la película. Pero desgraciadamente se está mal interpretando lo que es el Día de Muertos. El Día de Muertos no es un desfile, no es un carnaval, Día de Muertos no es una fiesta, es una conmemoración con respeto, con este... con una temática un poco más ceremonial, más eh... sería digamos, y aquí ya la convirtieron en algo más... como una fiesta, un carnaval tal cual, ¿no? Te digo, aquí y en toda la república no hay nada parecido, de hecho lo que hicieron la gente de la productora no fue un desfile como tal como lo están haciendo ahorita; era más bien como una verbena popular una... algo más apegado a la cultura, ¿no? Y aquí lo que están haciendo ya es tal cual un desfile, un desfile como para divertirse, como para celebrar otras cosas (Osorio, 2019).

Es válida la versión que otorga el entrevistado, sin embargo es necesario señalar que la escenificación que se presentó en *Spectre* definitivamente fue más allá de una “verbena popular” fue una exposición de catrinas, es decir, un suceso análogo a la Mega Procesión de las Catrinas, un desfile. Ya que, si la producción de *Spectre* hubiera querido retratar una verbena

popular tradicional y específica de la CDMX, habrían recurrido a la imagen clásica de niños pidiendo dulces o “calaverita” con las ofrendas dentro de los hogares y no expuestas a la mitad de la plaza con esqueletos gigantes de fondo y con personas adultas caracterizadas como catrines y catrinas siguiendo una coreografía.

El Colectivo “Ultima Hora” al consolidarse como una empresa independiente obtuvo un pago por el proyecto *Spectre* con el siguiente procedimiento:

En *Spectre* fue por... por pieza digamos, no por esqueleto. Porque no hicimos únicamente esqueletos, fueron diferentes piezas y fue por pieza, todo depende... depende de mucho el proyecto, si se cobra por pieza, por todo el concepto. Sí, lo que pasa es que todo depende mucho de la productora, ¿no? Un esqueleto puede costar, no sé, de \$50,000 pesos para una empresa o para un proyecto; y el mismo esqueleto para una casa de cultura o que sea una cuestión más social, nada más cobramos los puros materiales ya por el colectivo, ¿no? (Osorio, 2019).

El artesano Marco Osorio mencionó que las marionetas de esqueletos no fueron el único que trabajo que realizaron para *Spectre*, sino que también fueron creadores de diversas piezas. Y sobre todo, la comprobación de su papel como un colectivo comprometido y soporte de la cultura. Ya que con su declaración queda claro que como colectivo pueden trabajar para toda empresa que solicite sus servicios, sin embargo, el costo es variable según quien lo solicite.

El entrevistado no mencionó una cantidad exacta acerca del pago que obtuvo el colectivo por su trabajo. Sólo mencionó el costo aproximado por un esqueleto, dejando la respuesta abierta y terminando con la frase “con *Spectre*, nos dejamos consentir”. La relación que hubo entre el colectivo y la producción de la película fue realmente estrecha, ya que los integrantes del colectivo capacitaron a las personas que manejarían los esqueletos gigantes al momento de la filmación, tal como lo menciona Osorio:

Sí, bueno, dos teníamos la responsabilidad de capacitar a la gente que los estuviera manejando en los momentos de las filmaciones. Para mover cada esqueleto se requiere de 7 a 10 personas y eso sí las personas que llegamos a ir éramos como 11, uno del carro del *puppet* y otro participando durante la filmación (Osorio, 2019).

Cabe mencionar que se desconoce si el colectivo tuvo un incentivo extra como retribución por la capacitación dirigida a las personas que manejaron los esqueletos en la grabación. Comprobando la cercanía que tuvo el colectivo con *Spectre*, se solicitó información acerca del supuesto concurso en el que participó México, según la afirmación de Miguel Ángel Mancera. La respuesta del entrevistado fue la siguiente:

Eh no, los datos que tenemos es que fue directamente a México para estudiar las piezas que realmente esta adentrada en la cultura en la tradición de Día de Muertos. O sea no, no fue que vinieran con una empresa a este con su mirada de razón escenográfica, vinieron con los artesanos, de hecho gran parte de la producción en pequeño formato la compraron con artesanos de este... Tláhuac, Xochimilco; piezas pequeñas también de barro las compraron en el mercado de Sonora y acudieron directamente con los artesanos, no fue una empresa con una especie de licitación fue directamente con los artesanos (Osorio, 2019).

La declaración del entrevistado es clara, *Spectre* ya estaba planeada para su filmación en México, había un interés por parte de la producción en la festividad del Día de Muertos. La investigación previa por parte de los exploradores de locaciones de *Spectre*, exhibe de prueba que definitivamente sí toparon con la primera Mega Procesión de las Catrinas. Posteriormente investigaron dónde podrían conseguir los materiales de pequeño formato a los que el entrevistado se refiere, y por supuesto, a quien recurrir para la creación de esqueletos gigantes.

Ahora hay una duda naciente de lo expuesto en este apartado, si el equipo de *Spectre* no se hubiera topado con la primera emisión de la Mega Procesión de las Catrinas ¿qué habrían presentado en la película como “la celebración del Día de Muertos”? Si bien la breve aparición de la CDMX en *Spectre* dejó huella y evolucionó a lo que ahora es el Gran Desfile de Día de Muertos.

2.5 Instancias y productoras involucradas en la realización del desfile

El 29 de octubre del 2016 fue la fecha elegida por el Gobierno de la Ciudad de México para llevar a cabo el primer Desfile de Día de Muertos. Teniendo como principal inspiración el carnaval realizado para la película *Spectre* en marzo del 2015. La Secretaría de Cultura y la

Secretaría de Turismo se encargaron de contratar empresas privadas especializadas en espectáculos masivos para la organización y diseño de este nuevo desfile. Las productoras seleccionadas fueron Callejón Salao y Anima Inc.

Productoras encargadas

La primera productora comisionada del proyecto es Callejón Salao, una empresa con gran experiencia en organización de eventos culturales como festivales de música, conciertos masivos, producción de televisión, artes escénicas, entre otros, de los cuales, su evento más reconocido es el Desfile de Día de Muertos de la Ciudad de México. A continuación se presenta un cuadro con la información más importante sobre Callejón Salao: su misión empresarial, los tres personajes que la dirigen y los eventos más importantes que han realizado en México.

PRODUCTORA "CALLEJÓN SALAO"		
<p>¿Quiénes son? “Somos un grupo de creadores, productores, diseñadores y promotores especializados en la realización de eventos, con amplia experiencia en la industria cultural, deportiva y de entretenimiento. Nos especializamos en áreas como creación artística, curaduría de eventos culturales y artísticos, administración, producción y difusión de proyectos diversos.” (Callejón Salao, s.f).</p>		
<p>¿Cuál es su oferta comercial? “Brindamos nuestros servicios a instituciones -públicas y privadas-, agencias, entidades estatales, municipales y delegaciones cuentan con asesoría en diversas áreas como son desarrollo de programación, gestión de recursos, diseño de campañas de promoción y difusión, creación de nuevos públicos, así como diseño y ejecución de producción de festivales y otros grandes proyectos.” (Callejón Salao, s.f)</p>		
Leopoldo Verduzco Puig	Paola Schlaepfer	Beatriz Steck
<p>“se ha dedicado a la gestión de proyectos, eventos culturales, cinematográficos y comerciales. Se ha desempeñado en producción administrativa, estructura organizacional, estructura financiera y contable, gestión de personal, estructura legal, negociación con proveedores y talento; entre otros. Fue Gerente Financiero para las Ceremonias de los juegos Olímpicos y Paralímpicos de Rio de Janeiro 2016, donde gestionó los recursos de la organización, coordinó junto con los departamentos legal y contable la gestión de personal, proveedores, pagos y flujos de efectivo, programación de presupuesto y control.” (Callejón Salao, s.f)</p>	<p>“Especialista en la producción de eventos culturales que ha adquirido experiencia en diversos países de Europa y México. Su formación multicultural y el dominio de cuatro idiomas (francés, inglés, italiano y español), han sido recursos profesionales que le han permitido funcionar en ambientes complejos y diversos. Además de colaborar con funcionarios de gobierno, ha dirigido a empresarios, artistas, intelectuales, creativos, productores, diseñadores y artesanos enfocando a todos ellos a producir resultados sorprendidos.” (Callejón Salao, s.f)</p>	<p>“Productora especializada en eventos de la industria cultural, empresarial y de entretenimiento en México, España, Inglaterra y diversas ciudades de Sudamérica. A lo largo de más de 30 años de experiencia se ha desarrollado de manera exitosa en la dirección, logística y producción de eventos y proyectos de diversa magnitud. En Televisa: Gerente General de Relaciones Públicas. Desarrollo de artistas y grupos musicales. En TV Azteca: Gerente General de Talento y Contenido Musical de TV Azteca Ajusco. En España y México: Producción de conciertos de artistas como Madonna, Michael Jackson, Prince, Elton Jhon, Luciano Pavarotti, Depeche Mode, entre otros. Producción de eventos culturales en el Palacio de Bellas Artes.” (Callejón Salao, s.f)</p>
Eventos más destacados en México:		
<p>25 Festival de México en el Centro Histórico 2009 Conmemoración Bicentenario Independencia de México, 2010 Festejos del Centenario de la Revolución Mexicana, 2010 Desfile Magno - Festejos del Bicentenario de la Independencia de México 2010 Inauguración Estela de Luz (Conciertos y Pirotecnia), 2012 Festejo Revolución, Estela de Luz (Música y Pirotecnia), 2012 Gala Ballet Internacional, Palacio Bellas Artes, 2012 Concierto Maroon 5, Plaza Condesa, 2012 30 Festival de México en el Centro Histórico 2014 Ceremonias de Inauguración y Clausura Olímpicas y Paraolímpicas, Río 2016</p>		

Figura 35. Tabla informativa de Callejón Salao. Información tomada de la página web de Callejón Salao, <https://www.callejonsalao.mx>. Elaboración propia, 2019.

En efecto se puede corroborar que la compañía Callejón Salao tiene una larga trayectoria y experiencia en la realización de eventos masivos. Es necesario indicar que la tabla menciona algunos de los eventos más importantes dentro de su curricular, sobre todo se mencionó los eventos que tienen una relación cercana a desfiles y festivales gubernamentales en la Ciudad de México; la conmemoración del Bicentenario de la Independencia de México, año en el Callejón Salao trabajó demasiado para el Gobierno de la CDMX.

La segunda productora es Anima Inc, empresa creada por Alejandra Gonzáles Anaya, directora artística y socia fundadora de la productora de espectáculos. Anima Inc se dedicó a realizar una parte equitativa del Desfile de Día de Muertos, a continuación se presentará un cuadro con la información más relevante de la productora, su propósito como empresa y los eventos más destacados que ha llevado a cabo.

PRODUCTORA "ÁNIMA INC"
<p>de teatro que reúne lo mejor del talento artístico y las artes escénicas a nivel nacional e internacional con el propósito de transmitir mensajes que cambien tu vida para siempre con espectáculos de calidad mundial. Los espectáculos de ANIMA buscan tocarte el alma, conmover, inspirar. Sueños de vuelo. Queremos recordarte que cada momento puedes escoger ir tras tus sueños y alcanzar tu máximo potencial, recordarte porque estás vivo. El lenguaje de ANIMA INC. Está basado en la visión artística de Alejandra González Anaya.”</p>
<p>¿Cuál es su oferta comercial? ANIMA encuentra al ser humano en la industria del entretenimiento. Una productora de espectáculos multidisciplinares de medios y gran formato, espectáculos masivos y ceremonias olímpicas, compuesto de talento mexicano en todas las áreas que la conforman. Al parecer dicha productora se han encargado de diversos eventos a nivel nacional e internacional, en la rama de espectáculos a gran escala.</p>
<p style="text-align: center;">Productora Alejandra Gonzáles Anaya: Bailarina aérea, coreógrafa, directora artística y socia fundadora de la productora de espectáculos.</p>
<p style="text-align: center;">Eventos más destacados en México:</p>
<p>Producciones originales: “Circo barroco”, “Sicario” y “Solo quien ama vuela” en el 2007</p> <p>Segmento “Vuela México” en la celebración del Bicentenario de México en el 2010.</p> <p>Directores de la coreografía de la celebración de los 150 años de la Batalla de Puebla en el 2011.</p> <p>Directores de la coreografía de los Juegos Panamericanos de Guadalajara. Productores y creadores de la apertura y clausura de los Juegos Centroamericanos del Caribe en Veracruz, 2014.</p>

Figura 36. Tabla informativa de Anima Inc. Información tomada de la página web de Anima Inc. Elaboración propia, 2019.

En relación a los datos adjuntos en la tabla anterior se puede constatar que Anima Inc posee experiencia en eventos masivos y ha dedicado una parte equitativa de su trayectoria al teatro. La lista de eventos en los que Anima Inc ha participado son numerosos, sin embargo, en la tabla sólo se colocaron los proyectos más relevantes en cuestión de eventos masivos. Y por lo visto, Anima Inc y Callejón Salao coincidieron en el año 2010 en la celebración del Bicentenario de México.

Cabe considerar por otra parte que la productora Alejandra Gonzáles Anaya es hermana del entonces secretario de Hacienda, José Antonio Gonzáles Anaya que a su vez es conuño del ex mandatario Carlos Salinas. Según Mario Maldonado de *El Universal*, proporciona los siguientes datos acerca de Anima Inc:

Se podría pensar que la combinación de apellidos González Anaya ha complicado a Anima Inc la posibilidad de contratarse en el sector público; sin embargo, esto no ha sido así. Actualmente 70% de los ingresos de Anima Inc provienen de la organización de eventos relacionados con el sector público, a pesar de que sólo uno de cada 10 contratos lo realizan directamente con alguna dependencia de gobierno (Maldonado, 2018).

Los datos proporcionados por Maldonado concuerda con los eventos en los que Anima Inc ha participado, especialmente la realización de proyectos teatrales. Es importante notar que quizás 1 de los 10 contratos que menciona el autor pueda ser ganado bajo licitación en las dependencias de gobierno, pero los eventos en los que ha trabajado Anima Inc, especialmente en México, ha tenido la experiencia de trabajar en celebraciones monumentales, por lo cual no es novedad que la productora artística se encargue de la segunda mitad del Desfile de Día de Muertos.

2.6 Emisiones del desfile y resultados

Dentro de este orden de ideas, a continuación se presentan y exponen detalladamente cada área del Gran Desfile de Día de Muertos creado por la Ciudad de México iniciando en el año 2016, un año después del estreno de *Spectre*. Dentro de cada elemento a explicar, se divide en ambas productoras Callejón Salao y Anima Inc. Posteriormente, en la tercera edición del desfile 2018, se hará un análisis a profundidad como objeto de estudio tras la observación directa con la productora Callejón Salao.

2.6.1 Voluntariado

La productora Callejón Salao creó una página en la red social *Facebook* titulada “Voluntarios Gran Desfile De Muertos De La CDMX”, por la cual lanzaba la convocatoria y atraía seguidores para formar parte de las diferentes áreas del Desfile de Día de Muertos de la CDMX. Sin embargo, es probable que durante la primera emisión del desfile ambas productoras fusionaron su trabajo y mantuvieron una misma convocatoria para el voluntariado.

Esta primera convocatoria estuvo destinada para las audiciones en el mes de septiembre del 2016 y contaba con un correo electrónico²⁴ disponible como medio de contacto para solicitar información. Las audiciones se realizaron en la dirección; República de El Salvador 81 col. Centro entre Isabel la Católica y 5 de Febrero, CDMX, en diversos horarios. Las últimas audiciones destinadas para los voluntarios de elenco se realizaron el sábado 15 de octubre. Dichas audiciones fueron específicamente para hombres, ya que los lugares destinados al público femenino ya estaban agotados.

La novedad del primer Desfile de Día de Muertos y la lluvia de notas periodísticas no dejó de hacerse presente: “El Gran Desfile de Día de Muertos de la CDMX pinta para ser el evento más importante del año” o “Los organizadores prevén que sea más grande que el Carnaval de Veracruz”, ambas declaraciones publicadas por la revista *Chilango* en el año 2016.

El sábado 29 de octubre a partir de las 15:00 horas, iniciarían numerosas actividades que se concentrarían en varios museos del Centro Histórico, así como el Paseo Nocturno en el Bosque de Chapultepec, concursos de disfraces, y por supuesto la Formula 1, entre otros. Para cerrar la celebración los días 1 y 2 de noviembre, se regalaría pan de muerto en el Zócalo capitalino.

²⁴ Correo electrónico para voluntariado de Callejón Salao: voluntariosdiademueartos2016@gmail.com

RECORRIDO DEL DESFILE:
ÁNGEL DE LA INDEPENDENCIA, REFORMA,
AV. JUÁREZ, 5 DE MAYO, ZÓCALO



Figura 37. Mapa del recorrido del Desfile de Día de Muertos 2016. Imagen tomada de VisitMexico.com, 2019.

El mapa adjunto retrata la trayectoria diseñada para el desfile, iniciando el recorrido en el Ángel de la Independencia y culminando en el Zócalo capitalino, pasando las diferentes glorietas y entroncando en el monumento “El Caballito” en av. Juárez, entrando al Zócalo por la calle 5 de mayo. El desfile duplico la ruta de la Mega Procesión de las Catrinas.

Los medios de comunicación como *La Jornada*, entre otros periódicos de circulación nacional, no podían aislar el nuevo Desfile de Día de Muertos con el que se realizó para la película *Spectre*. Durante esta primera emisión del desfile, en la CDMX se manejaron los siguientes datos según Ericka Montaña, Laura Gómez y Rocío González del periódico *La Jornada*:

Tendrá una duración aproximada de tres horas y participarán unos mil 28 voluntarios, 40 danzantes, tres marionetas gigantes, tres alebrijes, 30 títeres, dos mojigangas, un carro alegórico y dos carros empujables, así como un monolito y seis grupos musicales. Es en el tercer segmento del desfile donde se emplearán la utilería y el vestuario que aparece en los primeros minutos de la película más reciente del agente 007 (Montaña, et al., 2016).

Los datos generales del primer desfile de Día de Muertos proporcionados por las periodistas sustentan que el proyecto se tornó básico y relativamente pequeño a lo que vendría

después en las siguientes emisiones, especialmente en el número de voluntariado y la creación de segmentos temáticos históricos más profundos.

El desfile tuvo un recorrido de poco más de 6 kilómetros y con más de 1000 voluntarios, se dividió en tres segmentos temáticos: “Viaje al Mictlán”, que manifestó la temática prehispánica e imágenes de la cosmogonía azteca: copilís, tlacoleros, diablos de Teloloapan y Xoloscuintles. El segmento “La Muerte Niña” fue un recordatorio que la muerte puede hacerse presente en todas las edades, este segmento estuvo dedicado a la muerte infantil y la vida truncada, incursionando en las tradiciones del México virreinal, donde se fusionaron elementos prehispánicos y europeos para crear la unificación de dos mundos.

La directora del Consejo de Promoción Turística de México; María de Lourdes Bertho Corona menciona lo siguiente en una entrevista para el documental de Canal Once:

El segundo bloque del desfile que se llama “La Muerte Niña” esa parte del México virreinal del México colonial, cuando inclusive no sólo se acercó la tradición a los muertos a los adultos, sino también los santos inocentes algo que también trajo la iglesia católica a fusionar con toda nuestra misticismo y nuestra religiosidad, o sea, nuestras creencias (Navarrete (productora), 2016).

El análisis procedente del capítulo anterior ahora se fortalece con la aportación de la directora del Consejo de Promoción Turística de México (CPTM) para demostrar que desde esta primera emisión del desfile el CPTM ya estaba involucrado y lo suficientemente alojado para tener opiniones acerca de los segmentos que se presentarían en el desfile.

Por otra parte, el segmento, titulado “Pal‘Panteón” explica María de Lourdes Bertho Corona el significado:

Del siglo XX y siglo XXI cuando más que nada se rescata toda esa época desde la gran creación que hizo José Guadalupe Posada, que creó a este personaje de esta mujer afrancesada que es una muerte afrancesada, pero haciendo una sátira de todo este afrancesamiento que también fue parte de una fusión de culturas de México en el siglo XX y que luego Diego Rivera retomó, la pintó y le dijo “la catrina” (Navarrete (productora), 2016).

En otras palabras, básicamente la directora del CPTM se dedicó a narrar los antecedentes y el contexto histórico del personaje “La Catrina” y no precisamente a la explicación cultural que envuelve a este segmento en particular. Ya que en todo caso, el título del segmento no está técnicamente relacionado con lo que presenta María de Lourdes Bertho.

A continuación se presentará la siguiente tabla donde se concentra la información sobre el orden de los segmentos en el primer Desfile de Día de Muertos. La información se muestra según los segmentos y temáticas que presentaron Callejón Salao y Anima Inc. Cabe destacar que los nombres que se proyectan en la tabla son una propuesta propia, según lo que se observó en videos del desfile; debido a que no se encontró registro oficial de los nombres de los subsegmentos de esta emisión. Salvo algunos comentarios como los ya expuestos anteriormente.

EMISIÓN	2016	
PRODUCTORA	CALLEJÓN SALAO	ANIMA INC
TEMÁTICA	Representación de la muerte en las diferentes épocas de México. - Época prehispánica - Época virreinal	Segmento dedicado especialmente a los personajes más representativos de la festividad del Día de Muertos.
SEGMENTOS	"VIAJE AL MICTLÁN" "LA MUERTE NIÑA"	"PAL PANTEÓN"
DESARROLLO	<p>Primer segmento: "VIAJE AL MICTLAN" Danzantes aztecas Segmento prehispánico, representación de la Coyolxauhqui Ajolotes Danzantes aztecas Xoloitzcuintle marionetas Carro alegórico muerte prehispánica</p> <p>Segundo segmento: "LA MUERTE NIÑA" Diablos de Teololoapan Tlacoleros Vírgenes coloniales Plañideras Muñecas mazahuas Canicas gigantes Lotería mexicana</p> <p>Tercer segmento: Banda Calaveritas de azúcar Pan de muerto Banda musical Esqueletos de colores (artesanía) Bicicletas con frases típicas</p>	<p>Segunda mitad del desfile: "PAL PANTEÓN" Carro alegórico <i>Spectre</i> Revolucionarios (Adelitas) Danzantes y papel picado Personajes célebres: Frida Kahlo Carro alegórico Catrina Frida Kahlo Esqueletos <i>skates</i> El diablito Bicicletas Carro alegórico esqueleto prehispánico Novias y novios Esqueleto gigante "James Bond" Catrinas de José G. Posada Carro alegórico con personajes ilustres de la cultura mexicana Catrinas Esqueleto gigante de la catrina</p>

Figura 38. Tabla del desarrollo y orden de los segmentos del primer Desfile de Día de Muertos 2016.

Elaboración propia, 2019.

De acuerdo a la información se puede observar que en definitiva esta primera emisión, los segmentos y subsegmentos a cargo de Callejón Salao no estuvieron adjuntos a una remembranza histórica profunda y se debieron a una temática muy básica referente a la cultura popular mexicana y personajes reconocidos. Mientras que Anima Inc se inclinó hacia un ambiente festivo estilo carnaval más enfocado a personajes renovados.

La primera emisión del Desfile de Día de Muertos arrojó los siguientes datos: “La Secretaría de Gobierno capitalina informó que cerca de 250 mil personas disfrutaron del desfile de Día de Muertos de la Ciudad de México. El dato también fue publicado por el jefe de Gobierno, Miguel Ángel Mancera” (*El Universal*, 2016). Dicha nota da un general de 250 mil personas que vieron el primer desfile, sin embargo, no menciona si fue el público total que asistió directamente al desfile o se incluyó el número de público que atestiguó su presentación televisivamente.

Los resultados emitidos por el periódico *La Jornada*, en la nota de la periodista Mónica Mateos-Vega (2016) aunado a las declaraciones del entonces secretario de cultura, menciona lo siguiente:

La organización de esas actividades (un desfile, la instalación *Canto al agua*, en la Plaza de la Constitución, y un programa musical) tuvieron una inversión de 12 millones de pesos, informó a *La Jornada* Eduardo Vázquez Martín, titular de la Secretaría de Cultura capitalina (Mateos-Vega, 2016).

Considerando que esta declaración valiosa ya que el secretario de cultura es de los pocos personajes que dio datos monetarios precisos, 12 millones de pesos fue el gasto en esta primera celebración de Día de Muertos en la CDMX, sin embargo, el secretario no profundizó en aclarar si ese fue el gasto que invirtió la Secretaría de Cultura o ambas Secretarías (cultura y turismo) o si se invirtió presupuesto del Gobierno de la CDMX. Entre las declaraciones más importantes que expresó el funcionario Eduardo Vázquez Martín:

Aunque las actividades en la Plaza de la Constitución en honor a los fieles difuntos se iniciaron hace 18 años, es la primera vez que acude esa cantidad de personas, lo cual ha sido muy impactante. El primer día tuvimos 250 mil personas tan sólo en el Zócalo y otro tanto en el desfile, dijo el funcionario (Mateos-Vega, 2016).

Tal parece que en el 2016 se inició una nueva tradición para los capitalinos, si bien el secretario de cultura reconoció las actividades que llevan realizándose hace 18 años en el Zócalo, pero jamás habían tenido una cantidad de público semejante como en el 2016, cifra que ni siquiera se manejó en el 2014 y 2015 tras la Mega Procesión de las Catrinas. Es decir, la novedad del Gran Desfile de Día de Muertos sí impulsó a los ciudadanos a darse la oportunidad de asistir a las actividades programadas e instauradas por Miguel Ángel Mancera.

Cabe mencionar que el mismo secretario Vázquez Martín (2016), aclaró para el periódico *La Jornada* cuál era la referencia que marcaba el antecedente de la celebración pública del Día de Muertos. Retomando que en 1998, el festejo se dio a través de una propuesta social impartida por la Cámara Nacional de la Industria Panificadora; dicho proyecto se trataba de obsequiar pan de muerto al público asistente. Esta iniciativa se vio complementada tiempo después, por la Fábrica de Artes y Oficios de Oriente (Red de Faros en la CDMX), especialmente los colectivos de cartonería; quienes propusieron instalar una Mega Ofrenda.

Por último, es conveniente acotar que el secretario de cultura emitió un agradecimiento y reconocimiento a todas las instancias gubernamentales involucradas en la creación del primer Desfile de Día de Muertos en la CDMX:

El año que entra, para el desfile, se reinterpretará todo de otra manera. Esta celebración se hizo con la colaboración de muchas instancias: las secretarías de Cultura de la CDMX, de Desarrollo Económico, de Turismo, el Fideicomiso del Centro Histórico que hizo el concurso de ofrendas, la UNAM que instaló su megaofrenda en la Plaza de Santo Domingo, la Universidad del Claustro de Sor Juana, el Instituto de la Juventud y, por supuesto, de la Secretaría de Turismo federal. Todos sumamos recursos (Mateos-Vega, 2016).

De nueva cuenta es relevante la información que aporta el secretario, sin embargo, hubiera sido de gran valor si el funcionario hubiera profundizado en qué consistió la

colaboración de algunas instancias mencionadas como la Universidad del Claustro de Sor Juana y el Instituto de la Juventud.

En el 2016 la Ciudad de México decidió perpetuar de manera definitiva las actividades propuestas para la festividad del Día de Muertos, por lo cual el Consejero Jurídico y de Servicios Legales, Manuel Granados Covarrubias brindó información al periódico *El sol de México*, nota de Sergio Pérez Trejo:

El Consejero Jurídico y de Servicios Legales detalló que el desfile, la ofrenda monumental, el paseo ciclista nocturno, el concurso de disfraces y el cine al aire libre, entre otras actividades que se organizan, quedarán arraigadas en la Metrópoli y deberán consolidarse con el paso de los años (Pérez, 2016).

De acuerdo a lo establecido, las actividades instauradas permanentemente en el 2016 sólo fue el inicio de lo que vendría posteriormente en años venideros, una cartelera cultural descomunal de Día de Muertos en toda la CDMX. Actividades que quedarán arraigadas a la ciudad de manera oficial, según mencionó Manuel Granados Covarrubias:

Este jueves se publicó en la Gaceta Oficial de la CDMX el Acuerdo por el que se establece la festividad de Día de Muertos para preservar la tradición e identidad histórica en la Ciudad de México, a través del cual se erige la Festividad del Día de Muertos como una celebración para el fomento y preservación de la cultura (Pérez, 2016).

En relación a la idea anterior es importante mencionar que en el mes de noviembre del año 2018 se realizó una visita al Archivo Histórico de la Ciudad de México ubicado en República de Chile 8, Centro Histórico de la CDMX, lugar donde se archivan las gacetas oficiales para consulta al público. En dicho archivo se solicitó las gacetas del mes de octubre y noviembre del 2016, pero no mencionaba información acerca del Desfile de Día de Muertos; ni siquiera la gaceta de días previos y posteriores a la nota donde se menciona la publicación de dicha gaceta, es decir el jueves 10 de noviembre del 2016.

Durante la primera emisión del desfile 2016 se contó con la organización de la Secretaría de Turismo y la participación del secretario de turismo Enrique de la Madrid Cordero para la inauguración el desfile. Enrique de la Madrid brindó una entrevista para Canal Once del Instituto Politécnico Nacional donde dejó en claro que la idea de realizar el Desfile de Día de Muertos no era sólo un asunto estrictamente cultural, sino que también significaba un beneficio para el público mexicano al fomentar un beneficio mercantil inducido por la Secretaría de Turismo federal.

Ante esto, el secretario de turismo dio su opinión acerca de la cultura en México (2016): “Y además, la cultura no es algo estático, es algo que se mueve y que se genera y que está creciendo y creo que es de lo que ya hay tradicional siempre podemos seguir generando e innovando”. Es decir, la propuesta del secretario de turismo es justificar la decisión de hacer una renovación a la celebración del Día de Muertos, con la nueva modificación e implantación del Desfile de Día de Muertos.

Por supuesto, dicha respuesta se encuentra enlazada y apoyada, sobre la intención de realizar el desfile:

Es algo que se mueve, entonces ¿Qué estamos haciendo? Un truco mercadotécnico para ponerle y echarle más luz a las tradiciones nuestras y hacerlas cada vez más atractivas y conocidas para que generen más turismo en nuestro país. Porque no es el *Halloween* donde te espantan, aquí es un homenaje, un recordar a nuestros muertos, de alguna manera tenerlos presentes entonces, es algo muy mexicano; lo cual, creo que también es un buen momento para averiguar, reflexionar y aprender de nuestras tradiciones. “Yo digo que esto es algo que ya llegó para quedarse y nosotros lo vemos como un producto turístico, una liciente más para venir a nuestro país, para venir a esta gran Ciudad de México que pues es una de las grandes capitales del mundo” (Navarrete (productora), 2016).

Como es evidente, el secretario Enrique de la Madrid opinó de una forma clara y contundente acerca del plan de la Secretaría de Turismo, es decir, el implemento del Desfile de Día de Muertos, un plan muy bien diseñado y no un “accesorio” más allá de su aparición en *Spectre*.

Por otro lado, la Secretaría de Cultura sólo contempló la tradición del Día de Muertos, una tradición muy ceremonial para darle apertura al turismo a algo que es muy interno de cada familia de México. Y por otro lado, fueron pertinentes ya que no se está aperturando la privacidad de las familias, si no que se arriesgó a la creación de una nueva etapa del Día de Muertos donde ya cabe la celebración, el disfrute y la diversión.

2.6.2 Segunda emisión

La fecha destinada para realizar el desfile fue el 28 de octubre del 2017. Con un recorrido del Centro de Cultura Digital “Estela de luz” en Av. Paseo de la Reforma al Zócalo capitalino de la CDMX y el inicio a las 16:00 horas. En esta segunda emisión se tuvieron cambios significativos en presupuesto, organización, difusión, logística, patrocinios, temática del desfile e incremento en el voluntariado; propiciado por la aceptación que se le dio al desfile, tanto por el público mexicano y el extranjero.

Por otro lado en el año 2017 se dio un lamentable suceso en varios estados del país, el sismo del 19 de septiembre, fue un tema trascendental que repercutió en las actividades de Día de Muertos. Como lo menciona el periódico *El sol de México*:

Cabe resaltar que el Gobierno de la Ciudad de México, en coordinación con la Secretaría de Turismo del Gobierno Federal (SECTUR) y la Iniciativa Privada representada por la Cámara de Comercio, Servicios y Turismo de la CDMX (Canaco), ha puesto en marcha una serie de acciones encaminadas a la reactivación económica tras el sismo del 19 de septiembre (*El sol de México*, 2017).

Las acciones mencionadas se sujetaron específicamente a eventos masivos y claro que la temporada indicada para realizar dichos eventos se sujetó del Día de Muertos, iniciando con la Mega Procesión y el Desfile, los múltiples eventos que contenía la Cartelera Cultural en toda la CDMX, conciertos de artistas extranjeros populares, partidos de futbol y la Formula 1.

Ante esta situación es necesario retomar lo que publicó el periódico *El sol de México* (2017): “La SECTUR de la capital del país implementó el Plan de Reforzamiento Turístico para fomentar la competitividad de mil 200 atracciones locales tanto públicas como privadas e impulsar los convenios de atracción de turistas con entidades federativas.” Cabe mencionar que en este plan estratégico, el Desfile de Día de Muertos, el Desfile de Ofrendas Móviles, el Gran Premio de México Formula 1 y el concierto de Paul McCartney. Eventos masivos que se realizaron el mismo día en la CDMX. Al respecto de este plan estratégico, la nota de *El Sol de México* expresó:

El Gobierno de la Ciudad de México, a través de la Secretaría de Seguridad Pública (SSP), ha dispuesto de cerca de 18 mil policías para dar servicio de seguridad y vigilancia en los eventos de talla nacional e internacional que se presentan en la capital del país este fin de semana. Para el Desfile de Ofrendas Móviles, la SSP destinó dos mil 351 policías y 149 vehículos (*El sol de México*, 2017).

Es decir, el plan estratégico para la reactivación económica prácticamente dependió de un sólo fin de semana, es decir, previo al Día de Muertos donde se realizaron todos los eventos posibles con diferencia de horarios. La ocasión donde la CDMX diseñó una cartelera para todo tipo de gustos, lo que repercutió que toda la ciudad estuviera en constante movimiento.

La Secretaría de Cultura diseña un logotipo para las actividades de Día de Muertos en la CDMX y principalmente para el desfile. Cabe mencionar que en el año 2017, el logotipo comienza a tener un significado en los símbolos que lo componen como el que se muestra a continuación:



Figura 39. Cráneo conmemorativo de la celebración de día de muertos 2017, CDMX. Imagen tomada de la página de Facebook, “Voluntarios Gran Desfile De Muertos De La CDMX”, <https://www.facebook.com/voluntariosDesfileDiaDeMuertos/photos/333919723721424> 2019.

El ejemplo adjunto es la imagen del cráneo conmemorativo de la edición 2017 difundido en todos los medios posibles. Es necesario mencionar que desde la primera emisión del desfile en el 2016, se creó y dio nombre de “Celebración de Muertos” a la cartelera cultural de la CDMX. Sin embargo, se desconoce el motivo o la intención de realizar o modificar el cráneo conmemorativo en cada edición, ya que prácticamente todos cuentan con la misma iconografía y simbolismo, con la única excepción de los colores que lo componían.

De las múltiples actividades que se realizaron en el Zócalo Capitalino, la Mega Ofrenda estuvo dedicada a las víctimas del sismo del 19 septiembre de ese año; coordinada por el artista Luis Rodríguez y el grabador Joel Rendón. La página *Imagen Radio* hace mención al Colectivo “Ultima Hora” como parte del equipo que apoyó en la realización de la ofrenda:

La curaduría de la instalación, elaborada en su mayoría con cartonería, estuvo a cargo del artista Luis Rodríguez, confeccionada de manera artesanal por la Red de Fábricas de Artes y Oficios (Faros) de la Secretaría de Cultura de la CDMX y del Colectivo Última Hora, con diseños exclusivos del artista gráfico de raíces mixtecas Joel Rendón (Imagen Radio, 2017).

Con lo mencionado en dicha nota se puede demostrar que el Colectivo “Ultima Hora” continuó presente en este tipo de proyectos y en el 2017 fueron requeridos para ejecutar los diseños de Joel Rendón y Luis Rodríguez. Suponiendo entonces que la Secretaría de Cultura buscó ampliar la creatividad de otros artistas y no sólo enfrascarse en los alumnos del Faro de Oriente, sin embargo, por su excelente trabajo en cartonería sigue siendo requerido.

2.6.3 Organización del desfile.

La emisión del desfile 2017 ha sido la que tuvo la cantidad de segmentos más grande en ambas productoras, las cuales crearon de último momento un segmento dedicado especialmente a los damnificados del sismo, una conmemoración a los fallecidos y un reconocimiento a los voluntarios y rescatistas tanto humanos y caninos, quienes también desfilaron.

Cabe mencionar que en octubre de ese mismo año se estrenó la película *COCO* de Disney y Pixar, una cinta con la temática de Día de Muertos en México. La popularidad del desfile y la expectativa de la película se consolidó en un carro alegórico que participó en el desfile cuyo tema central fue el alebrije de la película *COCO*.

A continuación se exhibe la siguiente tabla que expone el contenido de la segunda emisión del Desfile de Día de Muertos, cabe mencionar que los nombres de los segmentos y subsegmentos, algunos fueron localizados en videos de la plataforma *YouTube*, mientras que de la mayoría no se encontró el nombre y sólo se hace una propuesta según lo que se pudo observar en dicho video. Aunado a que no se encontró un registro oficial de los nombres de los subsegmentos del desfile.

EMISIÓN	2017	
PRODUCTORA	CALLEJÓN SALAO	ANIMA INC
TEMÁTICA	<p>Recorrido histórico sobre la mezcla del Día de Muertos entre la época prehispánica y el virreinato.</p> <p>Homenaje a las víctimas y los fallecidos del sismo del 19 de septiembre del 2017.</p>	<p>Segmento que rescata y luce los personajes más famosos del Día de Muertos, rescatando el furor, el baile y la fiesta, al estilo de un carnaval.</p>
SEGMENTOS	<p>Iniciando con el nombre y significado del desfile 2017: “La Muerte Viva”</p> <p>Segmento: “México Profundo”</p> <p>Segmento: “México Mestizo”</p> <p>Segmento: “México Lindo y Querido”</p>	<p>"Pa'l Carnaval"</p> <p>"Carnaval de los Enamorados"</p> <p>"Puro Vacilón con la Familia Burrón"</p> <p>"El Gran Fandango de Calaveras"</p>
DESARROLLO	<p>1.- Presentación de perros rescatistas</p> <p>2.- Carro empujable conmemorativo dedicado a los voluntarios rescatistas del sismo del 19 de septiembre.</p> <p>3.- Segmento representado rescatistas</p> <p>4.- Perros rescatistas</p> <p>5.- Carro empujable con el cráneo 2017 logotipo de la CDMX</p> <p>SEGMENTO “MEXICO PROFUNDO”</p> <ul style="list-style-type: none"> - Danzantes prehispánicos - Músicos prehispánicos <p>- Carro alegórico tambor prehispánico</p> <p>- Papel picado con mensaje: “A la casa del sol van los guerreros y las madres que mueren al parir”.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Globo gigante del calendario azteca - Mujeres embarazadas prehispánicas y guerreros aztecas. 	<p>Letrero: Secretaría de Turismo</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cráneo James Bond <p>- Letrero logotipo de la Secretaría de Turismo</p> <p>SEGMENTO: CARNAVAL DE CALAVERAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cráneos gigantes mexicanos - Banda “Fuego azteca” - Bastoneras (banderas tricolor) - Catrina - Esqueletos gigantes <p>- Carro alegórico esqueleto azteca de carnaval</p> <ul style="list-style-type: none"> - Esqueletos papel picado <p>SEGMENTO: CALAVERAS RUMBERAS DE AZÚCAR</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bailarines con cráneos gigantes - Cráneo gigante “rumbero” (<i>Spectre</i>) - Calaveras vestidas de “pan de muerto” - Diablitos bailarines - Carro alegórico Diablo - Esqueletos (<i>Spectre</i>)

<p>DESARROLLO</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Papel picado con mensaje: “Tlalocan es el lugar que perpetua alegría al que van los que mueren por agua”. <ul style="list-style-type: none"> - Representaciones de Tláloc - Tercer carro empujable con el cráneo 2017 - Papel picado con mensaje: “Mictlán es el lugar de la oscuridad, y sus señores son Mictlantecuhtli y Mictlancihuatl”. <ul style="list-style-type: none"> - Carro empujable de cráneos - Marionetas Xoloscuintles - Papel picado con mensaje: “Al morir se renace” <ul style="list-style-type: none"> - Danzantes - Carro alegórico azteca (Lotería Nacional) SEGMENTO MÉXICO MESTIZO / DANZAS MACABRAS <ul style="list-style-type: none"> - Papel picado con mensaje: “Con la conquista llega el temor de Dios” - Carro empujable de frailes/muerte a la santa inquisición <ul style="list-style-type: none"> - Vírgenes coloniales - Papel picado con mensaje: “Salías del templo llorona, cuando al pasar yo te vi”. <ul style="list-style-type: none"> - Carro alegórico: panteón tradicional (Gayosso) <ul style="list-style-type: none"> - Bailarinas Tehuanas - Carro empujable: vendedora de flor de cempasúchil - Papel picado: “Nadie sale vivo de esta vida” <ul style="list-style-type: none"> - Ángeles y diablos - Marioneta: Ángel con trompeta - Marioneta: diablito SEGMENTO “MÉXICO LINDO Y QUERIDO” <ul style="list-style-type: none"> - China poblana/ Adelita - Papel picado con mensaje: “Mejor morir de pie que vivir toda una vida arrodillado” Emiliano Zapata <ul style="list-style-type: none"> - Revolucionarias/ Adelitas - Carros empujables ferrocarril - Carro alegórico “la calavera” del editor popular (periódico/ prensa) - Papel picado: “La calavera que es burlona y no se deja la cabrona” <ul style="list-style-type: none"> - Catrinas - 4to cráneo 2017 <ul style="list-style-type: none"> Turibus dedicado al caricaturista Rius - Papel picado: “Viene la muerte echando rasero, no se le escapa ni un pasajero”. <ul style="list-style-type: none"> - Carro alegórico pintores mexicanos (Lotería Nacional) <ul style="list-style-type: none"> - Pachucos, quinceañeras, mariachis - Turibus - Circenses - Papel picado: “Si nadie te garantiza el mañana, hoy se vuelve inmenso” Carlos Monsiváis <ul style="list-style-type: none"> - Carro alegórico “COCO” (DISNEY/PIXAR) 	<ul style="list-style-type: none"> SEGMENTO: CALAVERAS ENAMORADAS <ul style="list-style-type: none"> - Esqueletos gigantes novio/novia <ul style="list-style-type: none"> - Ciclistas novios - Novias lesbianas - Novios gay - Novios heterosexuales - Carro alegórico “Hasta que la muerte nos separe” - Esqueletos cupidos - Mojiganga tipo James Bond (Funeraria García López) - Carroza clásica (Funeraria García López) SEGMENTO CALAVERAS BURRÓN <ul style="list-style-type: none"> - Esqueletos con ropa caricatura - Carro alegórico familia Burrón (Funeraria García López) SEGMENTO CATRINAS Y CATRINES <ul style="list-style-type: none"> - Globos gigantes de cráneo - Carro alegórico Mexicraneos (Funeraria García López) <ul style="list-style-type: none"> - Catrinas - Cráneos/ esqueletos de cartonería SEGMENTO CATRINAFEST <ul style="list-style-type: none"> - Catrinas - Carros alegóricos imitación de trajineras (Cerveza Indio) SEGMENTO: EL PANTEÓN DE XOCHIMILCO/ CALAVERAS DEL MONTÓN <ul style="list-style-type: none"> - Calaveras de pueblo/ revolucionarias - Carro alegórico Adelita en caballo <ul style="list-style-type: none"> - Calaveras tehuanas - Carro alegórico: calavera “María” de pueblo <ul style="list-style-type: none"> - Trajinera “Carnaval de calaveras” <ul style="list-style-type: none"> - Calaveras de Jalisco - Trajineras - Carro alegórico: trajinera con personajes mexicanos - Servicios de emergencia, ambulancia, escuadrón de rescate, policía, etc. <ul style="list-style-type: none"> - Basura
--------------------------	---	---

Figura 40. Tabla sobre el desarrollo y orden de los segmentos del segundo Desfile de Día de Muertos, 2017.

Elaboración propia, 2019.

Dentro de este orden de segmentos se puede verificar cómo a partir de la segunda emisión del desfile, las temáticas y los segmentos pertenecientes a cada productora ya se notaban más desglosadas y con un trasfondo histórico cultural, especialmente hablando de la productora Callejón Salao, quien ya iniciaba a retomar un pasaje histórico prehispánico no tan conocido, pasando por el fragmento de la colonia pero vista desde un punto más formal y un tanto lúgubre, íntimamente relacionado a la religión católica en este periodo. Y culminando con segmentos más alegres, llenos de color y algarabía de un México más contemporáneo.

Por otro lado, la productora Anima inc se inclinó más a desarrollar segmentos festivos donde se manifestó un ambiente de carnaval y el montaje de coreografías. Por supuesto, se mantuvo el toque de Día de Muertos con caracterizaciones de personajes de acuerdo a la festividad. Y por supuesto, uno de los componentes más importantes de este segmento fue el exponer los esqueletos y varias piezas que fueron vistas en *Spectre*.

Por otro lado la página *Imagen Radio* brindó cantidades certeras sobre el contenido del desfile 2017:

El desfile estará integrado por seis carros alegóricos, 710 voluntarios, 10 inflables gigantes, cinco subsegmentos, 7 carros empujables, un contingente invitado 'La Catrina Fest', 50 operadores de carros empujables, un mariachi, una marching band 'Banda de Guerra Fuego Azteca' una reina del carnaval (Imagen Radio, 2017).

A propósito de esta nota es necesario señalar que los medios de comunicación presentaron cifras diversas sobre lo que se presentaría en el desfile, ya que dependía de la productora artística entrevistada y como se puede constatar, los datos proporcionados en esta nota solamente contemplan las cifras de Anima Inc.

2.6.4 Patrocinadores y su participación

En cuanto al trabajo con los patrocinadores, se pensó en emitir una calurosa invitación a empresas extranjeras, según lo mencionó Héctor Flores, director del Consejo de Promoción

Turística de México (CPTM) al periódico *EL ECONOMISTA*, en la nota de Alejandro De La Rosa:

Estamos procurando que las acciones promocionales que realizamos sean en coordinación con el sector privado. Muchas empresas están en la mejor disposición de participar en los eventos que proyectan al país a nivel internacional y nacional. En este caso se nos acercaron varias y ahí van a estar por primera vez (De La Rosa, 2017).

Una vez más el Consejo de Promoción Turística continuó muy involucrado en el proyecto del desfile, al grado de ser ellos quienes buscaron involucrar a patrocinadores del sector privado. Bienhechores, quienes por supuesto estarían a favor de invertir en el desfile a cambio de la publicidad que tendrían a nivel internacional. Negocio que sería benéfico para todos los implicados.

Esta segunda emisión obtuvo apoyo de patrocinadores poco señalados por los medios de comunicación. Alejandro De La Rosa del periódico *EL ECONOMISTA*, se encomendó a brindar información sobre dichos patrocinadores y el evento:

Un carro alegórico sobre la película *Coco* (de la dupla Pixar y Disney), uno de Grupo Presidente, espacios gratuitos para maquillaje de L'Oréal, y las (sic) presencia de Mundo Cuervo y Samsung formarán parte del desfile conmemorativo de Día de Muertos que se realizará el sábado 28 de octubre en la Ciudad de México (De La Rosa, 2017).

Dicho lo anterior, cabe resaltar que Alejandro de la Rosa fue de los pocos periodistas en mencionar patrocinadores poco señalados por otros medios. Sin embargo, se realizó la búsqueda de imágenes o fotografías de los carros alegóricos o dónde pudieron haberse involucrado las marcas que menciona el periodista: Samsung, grupo Presidente, Mundo Cuervo o L'ORÉAL, pero no se encontró nada. Y por supuesto, uno de los carros alegóricos más sugerentes fue el de la película "COCO" tras su éxito en cines en ese mismo mes.

A continuación se muestra la fotografía de dicho carro alegórico durante el desfile en Avenida Reforma:



Figura 41. Carro alegórico de la película “COCO”, de Disney y PIXAR en el Gran Desfile de Día de Muertos 2017. Foto tomada de CWAVE DAVE, 2019.

La participación de este carro alegórico en el desfile no resulto inesperado, ya que sin duda Disney como patrocinador de dicho carro (o eso se cree) sirvió como medio de publicidad a la película de éxito en cines, al haber sido estrenada en México a nivel mundial, por estar inspirada y plasmada en México.

Sin embargo, la invitación y apoyo brindado por dichas empresas no se limitó solamente al día del evento, según las declaraciones de Héctor Flores:

También vamos a hacer representaciones del desfile, con su debida proporción, con algunas representaciones que tenemos en el extranjero, entre ellas: Toronto, Montreal, Londres, los angeles y chicago), (sic) con la idea de difundir una de las grandes tradiciones de nuestro país (De La Rosa, 2017).

Con la información proporcionada por el periodista, es evidentemente que los patrocinios de empresas privadas sí tuvo una consecuencia y lo que provocó el traslado el Desfile de Día de Muertos al extranjero, sin embargo, se desconoce qué piezas y segmentos fueron presentados y qué productora artística fue la encargada del montaje. Bajo una especulación propia, argumentaría que fue Anima Inc, ya que si la idea de presentar una versión alegórica del Desfile de Día de Muertos en el extranjero fue con la finalidad de atracción turística, se debió presentar lo más llamativo y festivo, exentando el contenido histórico.

2.6.5 Orden y segmentos del desfile

Por primera vez, el inicio del desfile se realizó en el monumento “Estela de luz”, entre Av. Paseo de la Reforma y la estación del metro Chapultepec. Una vez cortado el listón de salida, estuvieron presentes Miguel Ángel Mancera Espinosa, jefe de gobierno de la Ciudad de México y el secretario de turismo federal, Enrique de la Madrid Cordero. Ambos personajes presenciaron la salida del primer segmento del desfile, nombrado “Puño en alto”, un reconocimiento y homenaje a las víctimas del sismo del 19 de septiembre de ese mismo año, según información de *NOTIMEX* para el periódico *LA CRONICA* (2017).

Como información adicional, Alejandro De La Rosa dio a conocer el monto que el Consejo de Promoción Turística destinó para la realización del segmento “Carnaval de Calaveras”, según lo expresó *EL ECONOMISTA*: “La segunda parte (El Carnaval de las calaveras) será producida por Callejón Salao y *Ánima*, con el apoyo del consejo de promoción, que ha destinado ocho millones de pesos.” (De La Rosa, 2017). Sin embargo, es necesario señalar que el segundo segmento al que se refiere el periodista, es producido únicamente por *Anima Inc.* y quien es apoyada por la Secretaría de Turismo.

2.6.6 Voluntariado

La productora Callejón Salao aprovechó nuevamente la red social *Facebook* para lanzar convocatorias de voluntariado. El periodo de registro para el voluntariado inició el 18 de julio del 2017. Derivando publicaciones donde se dio a conocer al equipo que conforma la productora, audiciones y el proceso de producción del desfile:

El Gran Desfile de Muertos de la CDMX se va a llevar a cabo el 29 de Octubre. Este desfile tiene dos partes: LA MUERTE VIVA donde queremos que nos acompañen y participen. Este GRAN bloque que abre el desfile es producido por Callejón Salao y habla de la tradición que representa la celebración de muertos en México desde sus orígenes hasta hoy día. Luego cierra el desfile otro bloque a cargo de otra casa productora (Callejón Salao, 2017).

La información proporcionada por Callejón Salao comprueba que solicitaban el apoyo del voluntariado y mencionaba la diferencia de ambas productoras artísticas y su respectivo orden en el desfile. A continuación se muestra una publicación en la página de *Facebook* de Callejón Salao destinada al voluntariado:

¡ATENCIÓN MUCHACHOS! Si eres hombre mayor de 16 años, tienes buena condición física y quieres sumarte a este Gran Desfile, tenemos dos plazas disponibles para ti:

-Apoyo a Desplazables. Se te asignará un increíble ornamento empujable para llevar durante el desfile (OJO: estos ornamentos son las partes más vistosas por lo que son ELEMENTOS FUNDAMENTALES)

-Homenaje 19s. Rendiremos tributo a los pasados sismos que vivimos, con mucho respeto y cariño a nuestra Ciudad.

¿TE INTERESA? ¡Hay pocas plazas! Manda un MAIL a voluntariosgrandesfile@gmail.com o escríbenos por INBOX” (Callejón Salao, 2017).

En dicha publicación se especifica el tipo de voluntariado que iba dirigido, ya que Callejón Salao solicitaba personal según las necesidades del desfile, es decir, no se limitaban solamente a voluntariado para elenco, prácticamente todo su equipo se componía de voluntarios.

En esta emisión, Callejón Salao manifestó información sobre el equipo que la conforma: la productora Paola Schlaepfer, la productora asociada Beatriz Steck, el director Leopoldo Verduzco, la directora creativa Cristina King, coordinadora de voluntarios Jazmín Redes, departamento de utilería: Lily Paredes y Sandra Pablos, la coreógrafa Priscila Hernández, la dirección creativa: Gala Sánchez Renero y Enrique Gocelin y reconociendo al colectivo “Ultima Hora” como parte fundamental en el apoyo en material y utilería de desfile.

Los personajes mencionados son el equipo profesional que compone a la productora Callejón Salao y cada uno de ellos se encarga de recibir, apoyar e instruir a un cierto número de voluntariado especialmente en utilería, vestuario y coreografía.

2.6.7 La fiesta después del desastre, resultados

El año 2017 fue un año difícil para la Ciudad de México. Sin embargo, la oferta cultural sirvió como un medio de rescate económico en esta época de crisis. Esta oferta consistió en implementar múltiples eventos de gran magnitud y popularidad. Estos eventos se realizaron con el fin de reclutar al mayor número de asistentes posible. Al respecto, varias fuentes de información como redes sociales y medios de comunicación, se encargaron de difundir todos los eventos que se realizarían el sábado 28 de octubre del 2017.

En conferencia de prensa, el responsable de la SECTUR, Enrique de la Madrid Cordero (2017) señaló que era sustancial que México como país, transmitiera una imagen de fortaleza al exterior. En el extranjero debía proyectarse la imagen de un país fuerte a pesar de las adversidades y no sólo circularan imágenes que exhibieran destrozos y un país vulnerable.

Profundizando en los resultados, Enrique de la Madrid aludió a la imagen que proyectó el Desfile de Día de Muertos, fue impresionante, tan popular y su nivel de audiencia aumentó drásticamente con la diferencia de un año:

Qué mejor ejemplo que estos eventos, que el Desfile de Día de Muertos que además se juntó esta vez con el gobierno de la ciudad que se armó, se piensa o se estimó que un millón de personas lo vieron contra 250,000 del año pasado. O sea, que de un año a otro cuadruplicar la presencia y que es un desfile que también ya llegó para quedarse; que seguramente lo único que podrá hacer hacia adelante es crecer en tamaño, en prestigio, en reconocimiento, crecer en participación muy importante (Televisa Noticias, 2017).

Evidentemente la diferencia del duplo de números totales de público entre un año a otro, es una prueba absoluta que en definitiva el proyecto que solventa al Desfile no retrocederá y al contrario, buscará ser impulsado cada emisión. Ante esto, el secretario de turismo no desaprovechó la oportunidad de congratular el “ejercicio” de invitar a empresas de iniciativa privada a participar como promotores del desfile por primera ocasión:

También es la primera vez, que es donde ya participaron algunas empresas privadas como digamos promotores de manera discreta, pero es la manera en que también pueda ir creciendo sin que le cueste más a los gobiernos, pero que crezca más en participación. Estoy seguro que este fue un buen ejercicio y valió mucho la pena. No es muy fácil, me imagino que es un reto que tienen las funerarias de donde se pueden promover, ya vimos que en el Desfile de Día de Muertos es un lugar muy natural para poderlo hacer (Televisa Noticias, 2017).

En función de lo planteado, el secretario realizó una nueva invitación y apertura para nuevas propuestas de empresas privadas a invertir en el futuro desfile. Y fue evidentemente, que al hablar de los nuevos patrocinadores, se limitó a evadir el nombre de las empresas. Sin embargo, con su declaración y especificaciones concluimos que se refiere a las funerarias Gayosso y J. García López.

Por último, mencionó el programa realizado ese fin de semana en la CDMX y evidenció los buenos resultados para la cantidad de eventos masivos en un sólo día:

Ese fin de semana se combinó además con Paul McCartney, 70,000 personas más a las 130 y tantas mil del día de la carrera, realmente un fin de semana espectacular y ¿Qué país del mundo y qué ciudad del mundo puede tener tres o cuatro eventos? porque no hay que minimizar el fútbol local, también tuvo su importancia, ¿Qué país y qué ciudad del mundo puede tener cuatro eventos simultáneos en orden? saldo blanco donde todo mundo sale contento, eso es México (Televisa Noticias, 2017).

Es necesario mencionar que en la declaración del secretario de turismo referente al número de “la carrera” se refiere al total de público que asistió a la Formula 1. En un fin de semana se dispuso tal cantidad de eventos masivos en diversos puntos de la ciudad con diferencia de horario entre uno y otro tomando en cuenta al Desfile de Día de Muertos, reiterando que la ciudadanía y público turista se mantuvo en constante movimiento por toda la ciudad.

2.6.8 Datos extras

Días previos al Desfile de Día de Muertos, se invitó a la productora asociada Beatriz Steck, perteneciente a Callejón Salao al programa de radio “Así Las Cosas” con la locutora Gabriela

Warkentin, donde Steck fue cuestionada sobre lo que derivó en el nacimiento del Desfile de Día de Muertos, suponiendo que la inspiración provenía de la película *Spectre*.

Ante la cuestión la productora respondió lo siguiente:

Nace por ese desfile que viste de catrinas el fin de semana pasado. Hay un grupo como muy emprendedor que hacia el desfile y de ahí retoma la Secretaría de Cultura la necesidad de hacer este desfile. Y aparte, bueno, el Gobierno federal turismo tenía todos los pros y la utilería de la película y ellos deciden hacer como esa parte y de ahí nace la mezcla y la confusión que ha sido buenísima; porque le ha permitido a muchísima gente acercarse a la celebración. A nosotros, luchar un poco contra *Halloween* que no es una costumbre nuestra, si no con la celebración desde otro punto de vista (Así Las Cosas, 2017).

Con esta afirmación podemos constatar que la producción de Callejón Salao está consciente de la existencia y primicia de Mega Body Paint México, como los creadores y gestores de la Mega Procesión de las Catrinas; incluso, Beatriz Steck destacó que “nace una mezcla y la confusión” entre la Mega Procesión y la utilería de *Spectre*, para el nacimiento del Gran Desfile de Día de Muertos.

2.7 Gran Desfile de Día de Muertos 2018, estudio de caso

La tercera emisión del Desfile de Día de Muertos en la Ciudad de México, se llevó a cabo el sábado 27 de octubre del 2018, con horario de salida a las 16:00 horas y una duración aproximada de 3 horas.

2.7.1 Metodología de investigación

Para la investigación del presente trabajo se realizó un estudio sobre el proceso de producción del desfile donde fue necesario del apoyo de la productora Callejón Salao. De tal manera, el primer acercamiento con la productora se dio por medio de la red social *Facebook*, específicamente en la página “Voluntarios Gran Desfile de Muertos De La CDMX” donde se solicitó además una audiencia con el encargado. Se consiguió una cita el día sábado 22 de septiembre del 2018.

La reunión se llevó a cabo en el "Centro de Arte Bicentenario, Poeta Hugo Gutiérrez Vega" con la encargada del voluntariado Jazmín Redes. Posteriormente se tuvo una audiencia con la productora Paola Schlaepfer. En ambas reuniones se explicó el motivo de la investigación y el rumbo que tomaría, solicitando un permiso para asistir a las audiciones del voluntariado, ensayos y realizar algunas entrevistas al personal de las diversas áreas del desfile y voluntarios.

Tras la reunión con Paola Schlaepfer, quien aprobó la investigación con la condición de no originar ningún tipo de interrupción en los ensayos ni afectaciones en el calendario de actividades de la producción. También se autorizó el uso de fotografías y videgrabación de los ensayos siempre y cuando no se mostraran o filtraran en ninguna red social sino hasta después del desfile.

Siguiendo estas instrucciones de la productora, el contacto directo sería con la encargada del voluntariado, Jazmín Redes. Para completar de manera oficial el enlace, la coordinadora del voluntariado me facilitó una carta compromiso y "confidencialidad", misma que los voluntarios debían firmar. Es necesario agregar que la productora me solicitó una carta explicando los motivos de realizar la presente investigación, misma que era avalada por la Universidad Autónoma de la Ciudad de México. Dicho documento se adjunta en la sección de anexos.

2.7.2 Voluntariado

Con las valiosas aportaciones de la comisionada Jazmín Redes esta investigación se enriqueció gracias a su experiencia en la coordinación del voluntariado por segundo año. La convocatoria del voluntariado, al igual que emisiones pasadas, se realizó por medio de redes sociales. La abertura de la plataforma para registro como voluntario se abrió el 17 de julio de 2018.

De igual manera la coordinadora Jazmín Redes mencionó que eran necesarios algunos voluntarios en áreas como utilería, vestuario, logística y producción. Las personas interesadas en integrarse a las áreas "detrás de bambalinas" debían realizar un proceso de selección

diferente a las demás áreas, ya que la convocaría apareció meses antes y su audición constaba de una entrevista para verificar que puedan ser aptos para esas áreas.

A continuación se presenta el cartel de convocatoria para voluntariado de elenco y soporte de Callejón Salao:



Figura 42. Convocatoria oficial del voluntariado de Callejón Salao para el Desfile día de muertos 2018. Imagen tomada de la página de *facebook* del voluntariado “Voluntarios Gran Desfile de Muertos De La CDMX”, 2019.

Dicha convocatoria está dirigida especialmente a público establecido en la CDMX y mayores de 16 años. El voluntariado de elenco con las características de ser comprometido, tener talento y energía; mientras que para el voluntariado de soporte, se solicitó público interesado en integrarse al equipo de organiza el desfile y área de coordinación.

Además, según lo menciona Jazmín Redes (2018), durante la emisión 2018 se cumplió la meta de 1,200 solicitudes para audición de elenco. La declaración de la coordinadora exhibe que los voluntarios son filtrados durante la audición, especialmente por la búsqueda de características físicas y género; son seleccionados según su parecido y adaptación a los personajes de los segmentos. Los encargados de elegir a los aspirantes son los coreógrafos de la producción.

A pesar de un riguroso proceso de selección, donde la mayoría obtiene “excelente calificación”, la coordinadora del voluntariado explica y justifica el por qué no fueron admitidos todos los que asisten a la audición:

Tenemos el cerro de boletas con calificaciones excelentes, pero tuvimos que rechazar porque el desfile no se da abasto. O sea, no podemos tener a... o sea, tenemos un presupuesto para vestuario, presupuesto para utilería, em... los patrocinios nos ayudan muchísimo pero la verdad es que sí es bastante, ¿no? No nada más es el vestuario y la utilería que requiere cada personaje, si no la logística de cuántos camiones necesitamos al final para regresarlos al principio eh... Cuánto espacio tenemos para ellos en el *backstage*²⁵. En el mismo Centro de Arte, qué facilidades nos pueden dar en cuanto a espacio, espacio para cada ensayo, cuánto tiempo tenemos para ensayar cada segmento, o sea, también tiene que ver con la logística que no, no es posible aceptarlos a todos; y no quiere decir que porque las personas que han quedado fuera no hayan tenido una buena audición. Es este, es en parte, sí tener una buena audición, pero también tiene que ver con la suerte de las necesidades del desfile, si a veces este desfile por el número de segmentos y la características especiales de cada segmento necesitamos a lo mejor, más hombres que mujeres y tenemos unas chavas que lo hicieron increíble y a lo mejor unos hombres que no tanto, pero necesitamos más a los hombres (Redes, 2018).

A continuación se presenta un anuncio con el que Callejón Salao anunciaba y atraía a un tipo de voluntariado en particular, según las necesidades del desfile:

²⁵ Traducción y definición obtenida de la nota escrita por Álex Grijelmo del periódico *EL PAIS*, con fecha del 8 febrero del 2015:

“formada sobre *stage* y *back*, “escenario” y “detrás”.

“espacio situado detrás de un escenario o de una pasarela donde se preparan quienes intervienen en un espectáculo o un desfile de moda”.



Figura 43. Convocatoria para voluntarios con barba, Callejón Salao. Imagen tomada de la pagina de *facebook* del voluntariado “Voluntarios Gran Desfile de Muertos De La CDMX”, 2019.

Para esta tercera emisión del desfile, la temática requería hombres con apariencia (semejante) española y la mejor forma que la producción pensó en conseguirla fue solicitar hombres con barba y tonalidades de piel blanca. Es necesario mencionar que esta fue, hasta donde se tiene conocimiento, de las únicas solicitudes de especificaciones físicas que requirió el desfile.

Pese a lo anterior, el número de público femenino para participar superó todos los cálculos, lo cual complicó el método de selección. Por otro lado, aunque se tiene menor número de hombres, el resultado es favorable para el público masculino. Ya que gran parte de los segmentos requieren perfiles varoniles. Según lo confirma la coordinadora del voluntariado:

Fueron como 600 voluntarios, entre que nos alegró mucho la cantidad de solicitudes que atendimos este año. Pero al mismo tiempo ya sabíamos esto, no había posibilidades de que se quedaran todos. Eh, con el paso del tiempo tuvimos oportunidad, gracias a patrocinios y gracias a pues a los creativos, se las ingeniaron en como meter a más voluntarios para darles oportunidad a más y logramos que... aumentar ese número pero aun aumentándolo... llegamos como a 600; es decir, en un inicio eran como 500 y pico, sí como 520 algo así... ya ahora podemos decir que son 600 (Redes, 2018).

En la perspectiva que retrata Jazmín Redes se contempla un detalle importante a la hora de recepción de solicitudes para voluntarios de elenco y es que se podría pensar que la

producción de Callejón Salao ya tenga números completos y un cierto número de voluntarios o personajes por segmento. Sin embargo, tal parece que no es así, si no el número de voluntarios admitidos se mide según la cantidad de patrocinios que pueda reclutar la productora para solventar el costo por cada persona. Suponiendo entonces, que entre más lleno o abundante se vean los segmentos lucirá mejor.

Pasando por un proceso riguroso e inapelable de audiciones; siempre operado por las necesidades del desfile, existe la baja definitiva para los voluntarios. En caso que algún voluntario (seleccionado) acumule cierto número de inasistencias a los ensayos, automáticamente queda fuera del desfile. Según lo menciona Jazmín Redes:

Sí es bien importante la asistencia, pero... Igual, retomando la regla, ¿no? Si es como regla que quedas fuera si faltas a un ensayo, pero somos humanos y también tenemos criterio, o sea, hay ciertas cuestiones que están fuera de nuestro. Tiene que ver mucho criterio porque, o sea, nosotros como regla general tenemos “si tu faltas a un ensayo, ya no puedes estar en el desfile”. Porque sólo el máximo de ensayos son 5, o sea, son súper poquitos para un desfile de este tamaño, es súper poquitos 5 ensayos (Redes, 2018).

Es decir, para Callejón Salao es de gran importancia la asistencia y responsabilidad de sus voluntarios debido a la poca cantidad de ensayos previos al desfile. Por lo que consideran penalizado una falta injustificada, salvo algunas excepciones comprensibles o graves.

Si se presentaba la situación de que un voluntario fuera dado de baja por inasistencias injustificadas, el lugar debía ser cubierto, de manera que los elementos que estuvieran considerados como segunda opción eran contactados por la coordinadora del voluntariado. Expresado en palabras de la coordinadora: “De los mismos que ya les habíamos dicho que no iban a poder quedarse, que no habían quedado seleccionados, a ellos mismos se les habla por teléfono de último momento y ellos se incorporan” (Redes, 2018). Esta declaración hace caer en una nueva reflexión, Callejón Salao no destina un número específico de integrantes para sus

segmentos e intenta involucrar a los más posibles, previniendo el caso en que algunos pudieran ser dados de baja y el segmento no baje al mínimo de voluntarios.

Callejón Salao tiene la instrucción de aceptar voluntarios a partir de los 16 años de edad, sin embargo, no tienen una edad límite. La estadística de edad en el voluntariado en la emisión 2018, según la coordinadora es la siguiente:

Es que está muy difícil por ay... pero es que tenemos muchas personas de 40 y 50 pero ni tanto. O sea, yo creo que si tenemos la mayoría está entre sus 20 y 35, la mayoría. Pero eso no quiere decir que no vengan muchísimas personas de 45, 50... 60 (Redes, 2018).

Tal parece que un detalle muy especial sobre la producción de Callejón Salao es no limitarse a elegir voluntariado de un rango preciso de edad o donde todos deben ser jóvenes o con características físicas precisas. Por supuesto, este fenómeno se demuestra con los ejemplos de un par de voluntarias de elenco que es necesario mencionar, una voluntaria en sillas de ruedas y una segunda voluntaria con 98 años de edad, solamente asiste al ensayo general y por seguridad de la persona se le coloca en algún carro alegórico donde pueda estar sentada o no hacer movimientos bruscos, según la coordinadora del voluntariado (2018).

La coordinadora también relata (2018) que las personas del voluntariado no reciben ningún tipo de remuneración económica. Sin embargo, las dos últimas emisiones del desfile 2016 y 2017 se les recompensó su esfuerzo. Los principales organizadores del desfile, autorizaron obsequiar el vestuario y utilería que ocupó cada voluntario en el desfile.

En la siguiente tabla se desglosa los datos y número de voluntariado que tuvo la productora Callejón Salao durante las tres emisiones del desfile, ya que fue la productora con la que se tuvo contacto durante la investigación y se tienen datos verídicos, cosa que no podría alcanzarse con la productora Anima Inc:

EMISIÓN Y AÑO	2016	2017	2018
PRODUCTORA	CALLEJÓN SALAO		
ÁREAS DE VOLUNTARIADO	VOLUNTARIOS DE ELENCO Y VOLUNTARIOS DE SOPORTE		
REQUISITOS Y ESPECIFICACIONES	<p>ELENCO: La audición para esta área es muy solicitada, debido al extenso número de matrícula se realizar un proceso de selección. Los requisitos recaen en la habilidad de baile, movimiento y expresión corporal, así como “las necesidades del desfile”. Es decir, el tipo de personajes que se representarán y la búsqueda de aspecto, características físicas y género; requisitos por las que deben filtrarse los voluntarios durante su audición. Siendo seleccionados según su parecido y adaptación a los personajes de los segmentos ya determinados previamente por la producción.</p> <p>SOPORTE: Dentro de la organización del desfile y las diferentes áreas donde puede participar el voluntariado, no existe ningún impedimento para personas de la tercera edad y discapacitados. El departamento de utilería se compone de 22 integrantes aproximadamente. Incluso, existe una convocatoria de participación voluntaria para hacer limpieza en las calles.</p>		
NÚMERO DE VOLUNTARIOS	1,028 voluntarios	710 voluntarios	600 voluntarios
LUGAR DE AUDICIONES Y ENSAYOS	Centro de Arte Hugo Gutiérrez Vega, ubicado en Av. Sur de Los 100 Metros, Nueva Vallejo, entre Av. 100 metros y Av. Vallejo, delegación Gustavo A. Madero, CDMX.		

Figura 44. Tabla de datos sobre el voluntariado perteneciente a Callejón Salao. Información proporcionada por Jazmín Redes. Elaboración propia, 2019.

Por último es conveniente rescatar que en la primera emisión del desfile 2016, hubo mayor cantidad de voluntariado y en esta tercera emisión hubo la menor cantidad, debido que los segmentos de la primera emisión del desfile no participaron carros alegóricos o muy pocos empujables, por lo que tuvieron que sobrellevar el desfile con voluntarios de elenco solamente.

2.7.3 Ensayos del voluntariado

En cuanto a las audiciones y ensayos del voluntariado, estos se realizaron en el "Centro de Arte Bicentenario, Poeta Hugo Gutiérrez Vega", ubicado en Av. Sur de los 100 Metros, Nueva Vallejo I Sección, delegación Gustavo A. Madero, en la CDMX. Para esta ocasión especial el

Centro Cultural “Hugo Gutiérrez Vega” fue dispuesto para la preparación del desfile dentro de sus instalaciones como la explanada principal, misma que fue destinada a los segmentos con mayor número de voluntarios.

Absolutamente todo el centro cultural fue ocupado para áreas de registro de voluntariado, salones de baile reservados para las coreografías con un número reducido de voluntarios. Ambos espacios fueron ocupados en el mismo horario pero en diferentes segmentos, así como aulas destinadas a los departamentos de utilería y vestuario y un salón específico para los directivos y productores de Callejón Salao.

Cabe mencionar que el voluntariado aceptado se le notificaba por correo electrónico y posteriormente, se le asignaba el segmento del desfile para el que fue elegido así como la fecha y hora dispuesta para el ensayo, programados los sábados y domingos. En cuanto el voluntario se presentaba a su hora de ensayo era registrado en una lista de asistencia y a continuación se le entregaba su mandil o casaca de color según el segmento al que pertenecía, además de una matrícula pegada al pecho.

A continuación se muestran dos fotografías de los ensayos simultáneos de dos segmentos del desfile:



Figura 45 y 46. (Izquierda) Ensayo del voluntariado en la explanada del "Centro de Arte Bicentenario, Poeta Hugo Gutiérrez Vega", 2018. Elaboración propia. (Derecha) Ensayo del voluntariado en el salón de baile del "Centro de Arte Bicentenario, Poeta Hugo Gutiérrez Vega", 2018. Elaboración propia.

Como se puede observar, la fotografía del lado izquierdo corresponde al ensayo con mayor número de voluntarios en la explanada principal del centro cultural y por consiguiente, la coreografía más sencilla. Los participantes lucen casacas de color verde con su respectiva matrícula. Del lado derecho la fotografía muestra a un número reducido de voluntarios ensayando en un salón del centro cultural, cabe destacar que este segmento ya aumentaba la dificultad de los movimientos, y se puede observar que las mujeres ensayan con utilería y faldas.

En cuanto a los horarios de ensayo, estos tenían una duración aproximada de tres horas por segmento, de manera que cada grupo tenía un día y hora establecidos. Los ensayos dieron inicio el sábado 22 de septiembre del 2018 en horarios simultáneos. Cada segmento contó con dos coreógrafos, ya que mientras uno explicaba los movimientos y realizaba la coreografía junto con los voluntarios, el otro coreógrafo hacía correcciones, examinaba las distancias entre los participantes, cuidando la línea coreográfica.

2.7.4. Departamento de utilería

Es importante comentar además que, mientras el elenco ensayaba de manera general, los voluntarios de utilería, vestuario y logística también realizaban diversas actividades. Siendo que algunos de estos voluntarios cumplían con un tiempo mayor a tres horas. El área de utilería contaba con un salón específico en el Centro Cultural donde se desarrollaban los objetos que utilizaría el elenco del desfile. El departamento de utilería estuvo a cargo de Sandra Pablos quien dirigía al voluntariado y se mantenía en contacto con otras instancias, tales como el colectivo “Última Hora”, el cual estaba encargado de realizar carros alegóricos o piezas de mayor formato.

A continuación se muestran dos fotografías referentes a los voluntarios de utilería realizando sus actividades:



Figura 47 y 48. Voluntarios de utilería en el "Centro de Arte Bicentenario, Poeta Hugo Gutiérrez Vega", 2018.
Elaboración propia.

Como se puede ver en las fotografías, del lado izquierdo se exhibe a dos voluntarios equipando y ensamblando canastas de utilería con flores de papel, panes, frutas y esqueletos de cartonería para el segmento de “negros”. Mientras que en el lado derecho se aprecia a una voluntaria de la misma área, armando, probando y pintando binoculares para los voluntarios del segmento “exploradores”.

2.7.5. Productora Callejón Salao y la relación con Anima Inc

En cuanto a las productoras Callejón Salao y Anima Inc, ambas realizaron su parte equitativa para el desfile. Sin embargo, cada una se encargó de transmitir el objetivo principal de su cliente. De tal manera lo comentó la coordinadora Jazmín Redes, debido a que ambas productoras fueron contratadas por dos Secretarías diferentes. Callejón Salao fue contratada por la Secretaría de Cultura a nivel estatal mientras que Anima Inc fue contratada por la Secretaría de Turismo federal:

Se tiene como, tiene otro enfoque em... y ellos lo llevan de mano con otra casa cultural que se llama “Anima Inc” y ellos hacen otro desfile casi, casi ¿no? Entonces al día del desfile, tú ves un desfile, pero la verdad es que nosotros hacemos solamente la mitad y ellos hacen la otra mitad. Pero si tú te quedas ahí en todo el desfile, tú no te enteras en que momento está, porque tú ves un sólo desfile. Pero la verdad es que todo el trabajo está dividido en dos (Redes, 2018).

Siendo las cosas de este modo es un dato muy peculiar, ya que es difícil imaginar que el desfile estuviera dividido en dos partes y dirigido por dos productoras diferentes. Porque el desfile maneja un mismo tema en común que bien podría encargarse una sola productora creativa. Por supuesto, las encargadas de realizar el desfile son dos secretarías diferentes, sin embargo, no están separadas o alejadas una de la otra para llegar a esta situación y lo mismo sucede con las productoras, Callejón Salao y Anima Inc, no especifican que tengan una temática en la que sean especialistas y no hay nada en sus temáticas que no pudiera desarrollar la otra. Por lo que se desconoce en realidad cuál es el motivo de tener dos productoras para un sólo desfile.

Surgió la consulta; si en algún momento dichas productoras se unificaban con los voluntarios o si mantenían comunicación entre ellas para saber cómo se estaba trabajando, a lo que la coordinadora respondió lo siguiente:

Todos tienen voluntariados, todos tienen carros alegóricos. O sea, no hay una división, son dos administraciones diferentes pero para un desfile. O sea, nosotros tenemos em... haber déjame te hago bien 5, 6, 7... tenemos alrededor de 700 voluntarios. Em... no te sé decir el número de carros alegóricos, pero pues tenemos ahí cierto número de carros alegóricos y tenemos como una estructura, un presupuesto todo como que definido. Ellos tienen otro, probablemente sean otros 700, a lo mejor más, a lo mejor menos pero ellos tienen otros 700 voluntarios, otro número de carros alegóricos este... en fin (Redes, 2018).

Las afirmaciones de la coordinadora evidencian que sí hubo un cambio perceptible en ambas productoras, ya que se les concede presupuesto por parte sus correspondientes secretarías, así como la convocatoria y el voluntariado que maneja cada una además de la perspectiva que trasmite cada secretaría en cuanto a cultura y turismo abordando las temáticas del desfile. La coordinadora del voluntariado explicó lo antes mencionado:

La Secretaría de Cultura es a nivel estatal y la Secretaría de Turismo es a nivel federal. La Secretaría de Cultura es como lo dice su nombre eh... es nuestro cliente; porque trabaja directamente con nosotros, ellos contratan a la casa productora Callejón Salao que somos nosotros y nuestro cliente, su principal este... objetivo es que se difunda la cultura y la historia de esta tradición. Em... y la otra parte, la Secretaría de Turismo tiene como su... como otro rollo es que tiene más turismo como tal. Entonces ahí lo que atrae más es como ver más las catrinas, ver las calaveras, ver como este rollo de los catrines y las catrinas ¿no? Entonces más que una historia em... cultural, bueno si es cultural, no quiero quitarle lo cultural pero sí lo tiene, pero es más como un rollo de carnaval de calaveras y más turístico (Redes, 2018).

Dentro de este orden de ideas que proporciona Jazmín Redes, es posible que ambas Secretarías, ya tienen identificado los materiales y trabajos que han presentado ambas productoras, de acuerdo a sus anteriores participaciones en desfiles gubernamentales. Se puede deducir que cada Secretaría eligió a la productora que podría desarrollar el concepto que maneja su área de trabajo. Es decir, Callejón Salao sacando mayor provecho al desglose histórico cultural a través de segmentos con datos prehispánicos a explotar. Mientras que Anima Inc, podría detonar segmentos, vestuarios y caracterizaciones más coloridas y vistosas, creando un carnaval en pleno desfile, es decir, reproducir lo que se vio en *Spectre*.

2.8 “La muerte es un viaje”, temática del desfile

Después de recorrer las emisiones anteriores a la emisión 2018 es momento de darle paso a esta tercera emisión, donde se dio una temática diferente aunque no separada de la temática principal por parte de Callejón Salao, una temática fresca y sin embargo, un tanto compleja para el público. En los siguientes capítulos se expondrá los resultados del segmento “La Muerte es un Viaje”.

2.8.1 Creativos

La productora Callejón Salao contó con un departamento denominado “creativos”, el cual estuvo encargado de presentar las propuestas de temáticas para el Desfile de Día de Muertos. La coordinadora del voluntariado, Jazmín Redes (2018) mencionó que se presentaron diversas

propuestas en cuanto a las temáticas y su planteamiento así como en la secuencia que podría implementarse durante el desfile. También se programó una reunión con los productores y Secretarías correspondientes con la finalidad de presentar las propuestas para analizar y escoger finalmente la temática adecuada para el desfile.

Durante la emisión 2018 el departamento de creativos de Callejón Salao propuso una temática renovada y fresca la cual estaba enfocada a temas de migración. Con lo anterior se tenía la intención de relacionar esta temática para adaptarla al Día de Muertos. De tal manera, la producción de Callejón Salao comenzó con la investigación y el diseño de segmentos que rodean el tema de la migración humana y animal, cuidando que la temática fuera adecuada al sentido histórico-cultural de México y su relación con la muerte.

Por tal motivo se adaptó un calificativo adjudicado a la Ciudad de México llamándola “Ciudad Refugio”. A propósito de esto, la coordinadora de Callejón Salao, Jazmín Redes comentó al respecto:

Se llama “La muerte es un viaje”, es que no estoy segura de dónde nos llegó este título para la Ciudad de México. No sé quién nos lo otorgó o porqué se dio, pero se... se le nombro a la Ciudad de México como “ciudad refugio” este año. Entonces queremos hacer honor a ello y este año el desfile en sí, es como una ofrenda móvil a todos los migrantes que han fallecido en este proceso de migración, ¿no? (Redes, 2018).

En resumidas cuentas uno de los componentes más importantes en la temática del desfile es la migración, que no está por demás mencionar que fue un tema muy comentado tras cierto movimiento social, una caravana de migrantes que se dio ese año. Por casualidad, coincidió con el título adjudicado a la CDMX, sin embargo, más adelante se resaltarán algunos datos relevantes en torno a la política y la migración.

2.8.2 Conferencia de prensa

La conferencia de prensa del Desfile fue realizada en el Museo de la Ciudad de México el día 8 de octubre del 2018 y contó con la participación del secretario de cultura local, Eduardo

Vázquez Marín, el secretario de turismo federal, Enrique de la Madrid Cordero, el presidente de la Cámara Nacional de Comercio, Nathan Poplawsky Berry y el jefe de gobierno sustituto. Ante esto, la periodista Cecilia Nava expuso lo siguiente: “José Ramón Amieva quedó como el jefe de gobierno sustituto, esto luego que el pasado 29 de marzo Miguel Ángel Mancera presentó su renuncia para participar en el proceso electoral” (Nava, 2018).

La conferencia inició con las palabras del jefe de gobierno recordando que desde el año 2016 quedó instaurada por decreto, las actividades y la realización del desfile como parte de la celebración del Día de Muertos en la Ciudad de México. Se mencionó además que esta tercera edición tendría como tema central las migraciones remarcando la responsabilidad que tiene la capital del país como “ciudad refugio”. Ante esta cuestión, el mandatario expresó: “La Constitución de la Ciudad de México prevé como Ciudad Refugio la protección y acompañamiento de las personas que vienen en calidad de refugiadas o migrantes; además, se incluye el reconocimiento de la diversidad pluricultural que tenemos en el territorio” (Secretaría de Cultura, 2018).

A continuación se muestra una fotografía de la conferencia de prensa con los invitados previamente mencionados:



Figura 49. Conferencia de prensa en el Museo de la Ciudad de México, 2018. Fotografía tomada de <https://www.cultura.cdmx.gob.mx/comunicacion/nota/1017-18>

Se observa que la sede donde se realizó la conferencia de prensa, es el Museo de la Ciudad de México el cual se atavió para el evento luciendo un arco con la leyenda “Celebración de Muertos 2018”. Se mostraron los logotipos de las organizaciones gubernamentales más entrometidas en el proyecto y por supuesto, el cráneo conmemorativo 2018. Sin embargo hay un detalle a resaltar, se muestran las fechas “27 de octubre al 4 de noviembre”, es decir, el gobierno de la CDMX en complicidad con ambas Secretarías (Turismo y Cultura), excluyen por completo a la Mega Procesión de las Catrinas de la “Celebración de muertos 2018”. Ya que la fecha de realización de la MPCatrinas fue el 21 de octubre del 2018, es decir, una semana antes. Es relevante ya que excluyen por completo al segundo evento más importante en reclutamiento de público en La Cartelera Cultural de Día de Muertos.

Al momento de la participación del secretario de cultura, Eduardo Vázquez Marín (2018) mencionó lo siguiente: “No faltó él que dijo que esto era un invento del cine o de alguna película contemporánea”. Lo anterior haciendo referencia principalmente a la película *Spectre* y argumentando que según los hechos históricos, desde la época virreinal, el México independiente y hasta la actualidad, el Día de Muertos ha sido y será una fiesta fundamental en el calendario cultural de la Ciudad de México. El secretario aludió además que a la celebración se le ha dado un toque novedoso, como un recorrido histórico cultural en el desfile y la Ofrenda Monumental enriqueciendo los temas sociales actuales.

El secretario de cultura mencionó que la fiesta de Día de Muertos continuará con la tradición histórico-cultural, aunque se sumaría la migración como temática principal 2018:

Pero en los últimos años la movilidad humana y la migración se ha convertido, ha sido criminalizado, las fronteras de los países se han cerrado así como se han abierto las mercancías, se han cerrado a los seres humanos, se ha privilegiado el movimiento y la libertad de los negocios y se ha perseguido a los seres humanos que tienen que moverse por diversas razones (Callejón Salao, 2018).

Es decir, el funcionario Eduardo Marín trató de facilitar los argumentos concretos como explicación y justificación a la temática elegida ese año. A pesar que México estaba atravesando, literalmente, un problema de migración más los temas relacionados con la construcción de “un muro” en la frontera, no profundizaron dichos temas y todo el discurso se manejó de manera muy general.

La participación de Vázquez Marín dio la explicación del título “ciudad refugio” a la Ciudad de México:

Pero es también una ciudad refugio para quienes han perdido su libertad o han puesto en riesgo su vida en muchos momentos de su historia. Imposible olvidar, desligar la palabra “refugio” al recuerdo, a la memoria del General Cárdenas que abrió las puertas de México a exiliados de la Europa en guerra, España republicana. Y por eso esta ciudad es una ciudad a partir de entonces, también con poblaciones migrantes judías, libanesas, árabes, españolas del siglo XX y después de Centro América, después del Caribe y después de Argentina, Chile del Uruguay. Y esta es la característica de esta ciudad, también es una ciudad china, también que es también cada vez más una comunidad coreana en aumento. Esa diversidad queremos ponerla en relieve y queremos defenderla en tiempos en que el mundo se contenga a quienes tienen la necesidad de moverse. Esta fiesta será por eso, una celebración a esa diversidad y tendrá como eje temático las migraciones y los exilios (Voluntarios Gran Desfile De Muertos De La CDMX, 2018).

Toda reflexión se inscribe y detalla a la explicación del título de “Ciudad Refugio” a la CDMX, pero se reitera que el funcionario prefirió justificar el título a las acciones de personajes históricos y no tocar los temas actuales en cuestión de migración.

El secretario de cultura mencionó que el desfile se ha encargado de mostrar la historia de la celebración de muertos en la cultura mexicana. Iniciando desde la época prehispánica al resaltar los símbolos característicos del Mictlán y todo lo que esto conlleva. Con respecto al tema del Día de Muertos, enfocando la tradición en la Nueva España, el virreinato y el surgimiento del sincretismo religioso en México, a esta fiesta se le dio una connotación cultural, misma que es representada en las caricaturas de José Guadalupe Posada con alegóricos catrines y catrinas.

Continuando con las participaciones en la conferencia de prensa tocó el turno al secretario de turismo federal, Enrique de la Madrid Cordero quien inició con la frase: “si bien es cierto que la tradición de Día de Muertos tiene profundas raíces históricas, no lo es menos que estamos incorporando, un tono de modernidad para llevar esta tradición al resto del mundo” (Secretaría de Cultura, 2018).

Por supuesto, el secretario de turismo pretende decir que este fenómeno en realidad, significa una nueva etapa en el Día de Muertos, ya que la instauración de un desfile construido a partir de la tradición original de Día de Muertos desde la época prehispánica, no puede ser considerado como “aportar modernidad” a la tradición, más bien se creó una nueva fase que a pesar de todo, no se interpone con la tradición respetuosa y el homenaje. Es una nueva etapa, previa a la tradición antigua.

Posteriormente, Enrique de la Madrid (2018) a pesar de manejar la palabra “modernidad” para referirse a una actualización de la festividad de Día de Muertos resaltó que la película (*Spectre*) no se le debe adjudicar la inspiración y surgimiento del desfile. Sin embargo, hizo la siguiente declaración; “pero acepto que el cine sí ha sido utilizado como mecanismo cultural para que millones de personas en el mundo sepan de nuestras tradiciones” (Secretaría de Cultura, 2018). Bajo este argumento, el funcionario hace referencia y el reconocimiento a las películas con temática de Día de Muertos que han sido transmitidas internacionalmente, películas como *El libro de la vida* (2014), *Spectre* (2015) y *COCO* (2017).

El jefe de gobierno, José Ramón Amieva (2018) mencionó datos generales importantes como esperar una derrama económica de 400 millones de pesos y la visita de un millón de personas, público nacional e internacional (destinado sólo para asistir al desfile). Mientras que se contemplaba la asistencia de dos millones de espectadores a la Ofrenda Monumental y demás actividades del Día de Muertos. Finalmente la conferencia de prensa cerró destacando la

participación en el desfile de los estados: Michoacán, Aguascalientes, Oaxaca y San Luis Potosí. Se realizaría la difusión televisiva en tiempo real del Desfile de Día de Muertos que sería transmitida por importantes televisoras a nivel nacional e internacional.

2.8.3 Desfile, temática y segmentos

El gobierno de la CDMX cada año realiza un logotipo conmemorativo de las actividades culturales para el Día de Muertos. Ese diseño es diferente y cada símbolo que lo compone tiene un significado. Sin embargo, la compañía Callejón Salao realizó un logotipo especial para el segmento “La muerte es un viaje”, parte del desfile asignada a la productora, la coordinadora Jazmín Redes (2018) menciona que el diseñador de Callejón Salao fue el creador de dicho logotipo, los anuncios dirigidos al voluntariado y el material distribuido por la productora. Sin embargo, no se encarga del diseño del logotipo de cráneo oficial de “Celebración de muertos”.

A continuación se muestran imágenes de los respectivos cráneos de “Celebración de Muertos 2018” de la CDMX y el logotipo de cráneo de Callejón Salao para “La Muerte es un Viaje”:

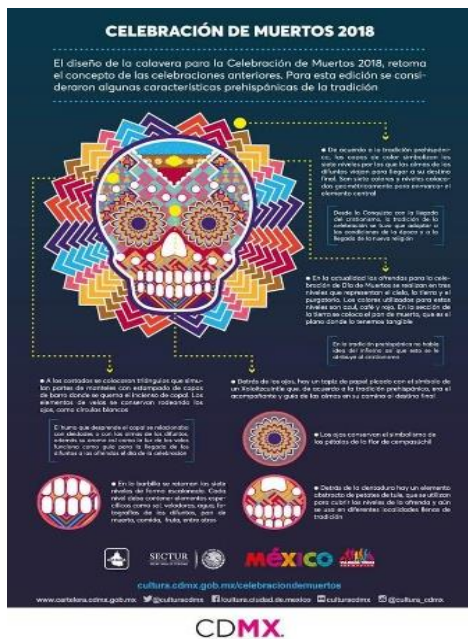


Figura 50 y 51. (Izquierda) Logotipo conmemorativo y su significado, “Celebración de muertos 2018”, CDMX. Imagen tomada de la página del voluntariado *facebook*; “Voluntarios Gran Desfile de Muertos De La CDMX”, 2019. (Derecha) Logotipo conmemorativo del desfile “La muerte es un viaje”, Callejón Salao, 2018. Imagen tomada de la página del voluntariado *facebook*; “Voluntarios Gran Desfile de Muertos De La CDMX”, 2019.

Como se puede apreciar en las imágenes expuestas, la imagen del lado izquierdo representa el cráneo conmemorativo de la CDMX, pero cabe mencionar que la imagen desglosa el simbolismo que envuelve al cráneo y los colores que son completamente diferentes a los de los años anteriores. Y por otro lado, tenemos el cráneo de “La Muerte es un Viaje”, cabe destacar que es el primer logotipo que realiza Callejón Salao, ya que en emisiones pasadas no había sucedido. En cuanto al significado del logotipo de la productora artística, se desconoce el significado de este y resulta complicado la relación del diseño con la migración y los exilios.

2.8.4 La Migración

A título ilustrativo, es momento de equilibrar el tema de la migración pero ahora con la visión artística con la que Callejón Salao manejó el tema, la propuesta y el discurso que aterrizó en el desfile. Por supuesto, aunque la propuesta fue generada por los “creativos” de la productora, Jazmín Redes es quien proporciona datos sobre el despliegue del desfile en cuanto a la temática.

La coordinadora del voluntariado señala que aunque es un tema “políticamente complicado”, los seres vivos ya sean humanos o animales; la migración es parte esencial de su naturaleza:

Va a ser el desfile un recorrido histórico, cronológico de migraciones y vamos a concluir el tema de las migraciones con eh... con una referencia hacia el muro que nos andan queriendo poner los vecinos del norte. Todo esto pues sí, con bajo un aspecto viendo... Viéndolo como el tema de la migración con una lupa muy humana, que muy de un instinto natural que tenemos todos los seres vivos y también como creando un tributo que han fallecido en el camino de este... sobre todos los migrantes del muro que hay mucho... Mucha polémica al respecto (Redes, 2018).

La explicación de la entrevistada comprueba que Callejón Salao no pretendió involucrarse en problemas políticos debido a la complejidad del tema, por lo que decidieron enfocarse en “migraciones” sagradas y naturales, es decir, reubicando a los fallecidos como migrantes; una propuesta de la circunstancia de la muerte como una migración al lugar donde llegan las almas, temas reflexionados e ilustrados en los primeros segmentos dedicados a la época prehispánica.

Y como lo mencionó, un recorrido histórico de las grandes migraciones y exilios de la historia donde México se vio involucrado, como en el caso de la migración española y México abrió sus puertas para recibirlos. Y del lado natural y animal, involucraron certeramente la migración y la muerte con las fases migratorias de las ballenas, tortugas y las mariposas monarca.

A continuación se muestra una tabla con información de los segmentos y subsegmentos que conformaron el Desfile de Día de Muertos 2018. Cabe mencionar que no se encontró el nombre exacto de los nombres de los segmentos y subsegmentos, debido a que algunos fueron localizados en videos de la plataforma *YouTube*. Por lo tanto, se hizo una propuesta de nombre según lo que se pudo observar en dicho video.

EMISIÓN	2018	
PRODUCTORA	CALLEJÓN SALAO	ANIMA INC
TEMÁTICA	"LA MUERTE ES UN VIAJE"	"LA MUERTE EN VIDA"
SEGMENTOS	SEGMENTO: LA GRAN TENOCHTITLAN "LOS QUE LLEGARON PARA QUEDARSE" CIUDAD REFUGIO CIUDAD DIVERSA	SEGMENTO: PREHISPÁNICO CULTURA Y TRADICIÓN ARTE, TECNOLOGÍA Y FUTURO
DESARROLLO	SEGMENTO: LA GRAN TENOCHTITLAN Subsegmentos: - Colibríes - Balsas - Carro alegórico "El gran tambor" - Danzantes "El fin del camino" el Mictlán. - Carro alegórico "El Popocatépetl e Iztaccihuatl" (Lotería Nacional) SEGMENTO : LOS QUE LLEGARON PARA QUEDARSE - Exploradores (3 carabelas) - Hombres, mujeres y niños africanos - Tortugas gigantes (especies caguama, carey, laud, loro) - Ballena jorobada (globos)	SEGMENTO: PREHISPANICO - Perro Xoloscuintle - Mictlán - Carro alegórico "Xolotl" - CULTURA Y TRADICIÓN - Danzantes prehispánicos - Banda de música "Fuego azteca" - Banderines - Calaveras (esqueletos gigantes) - Calaveras (novios) y artistas - Empujable revolucionarios - "El gran fiestón" danzantes - MICHOACÁN, ESTADO INVITADO - Empujable "pescador de Janitzio" - Calaveras rumberas - Carro empujable "el diablo" - SAN LUIS POTOSÍ, ESTADO

DESARROLLO	<ul style="list-style-type: none"> - Migrantes orientales - Galeón de manila - Dragones chinos - Chinas poblanas <p style="text-align: center;">CIUDAD REFUGIO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Auto clásico con Lázaro Cárdenas - Carro alegórico “Exiliados de la guerra civil” - Mojigangas de personajes migrantes relevantes en la cultura: Luis Buñuel, Chabela Vargas, Pérez Prado, Tina Modotti, Remedios Varo, García Vargas, León Felipe. - Protesta a los muros “De este lado también hay sueños” - Mariposas monarca - Carro alegórico “Trajinera” ciudad refugio (Pronósticos de México) - Danza de los tehuanes Ñu-ñiñu <p style="text-align: center;">CIUDAD DIVERSA</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diversos territorios de Latinoamérica (bailarines) - Carro alegórico 1 “Monumentos de la CDMX” (Gayosso) - Danzantes de todas las culturas - Carro alegórico 2 “Monumentos de la CDMX” (Gayosso) - Turibus con decorado cráneo 2018 y catrinas 	<ul style="list-style-type: none"> - Xantolo - OAXACA, ESTADO INVITADO - Banda - Bailarines del Istmo de Tehuantepec y Juquila - Bailarines (Jalisco) - Carro alegórico altar (ofrenda) - Catrinas al estilo de Frida Kahlo - Calaveras (vestidos exóticos) <p style="text-align: center;">AGUACALIENTES, ESTADO INVITADO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Empujable “catrina garbancera” - Bailarines catrinas (novias, novios, tradicionales) - Esqueleto catrín clásico - Carroza fúnebre (Funeraria García López) - Catrinas <p style="text-align: center;">ARTE, TECNOLOGÍA Y FUTURO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Catrinas “lloronas” - Carro alegórico “Frida Kahlo” - Catrinas Fridas - Calaveras del México nuevo y vanguardista - Marionetas (empujables) de luchadores - Luchadores del Consejo Mundial de Lucha libre - Xochipilli, danzantes urbanos - Carro alegórico Xochipilli (Tv azteca)
-------------------	---	--

Figura 52. Tabla sobre el desarrollo y orden de los segmentos del Desfile de Día de Muertos, 2018. Elaboración propia, 2019.

De acuerdo a los segmentos que se presentaron en el desfile se puede constatar que al menos por la cuenta de Callejón Salao, la migración definitivamente inundó todos los segmentos presentados. Es necesario insinuar y reconocer que la temática de la migración se tornó un tanto confusa entre el mensaje y el lenguaje visual, por lo que Callejón Salao optó por agregar audio y narraciones con la explicación de los segmentos, obteniendo un beneficio para el público que logró comprender el discurso.

Por parte de Anima Inc, mantuvieron los segmentos con temáticas de carnaval, inclusive se puede decir que presentaron segmentos idénticos a emisiones pasadas, salvo por leves modificaciones en los vestuarios y los estados invitados, quienes enriquecieron el desfile con folclor de cada estado.

2.8.5 Patrocinios.

Desde la primera emisión del desfile los patrocinios han sido indispensables, pero complicados de conseguir, con el fin de apoyar a solventar el costo del desfile, que seguramente va más allá de las cuotas proporcionadas por las Secretarías de Turismo y Cultura, según las declaraciones de Jazmín Redes. La coordinadora menciona cómo se realizaban las negociaciones para consolidar un patrocinio:

Tengo entendido que es una autorización, Secretaría de Cultura nos autoriza recibir patrocinio para poder solventar mejor el evento. Porque la verdad es que el presupuesto no da... porque ya sabes cuánto nos dan en cultura y cuánto invierte el gobierno. Hay que ser magos para sacar de donde no hay. Entonces, nos autorizan recibir patrocinios, buscar patrocinios, me imagino que debe tener sus limitantes, ¿no? porque a final de cuentas también estas cuidando la imagen del desfile. Entonces no sé... cuántos, o sea, tenemos un límite o de cantidad de patrocinios, en material, en tipo de o sea no sé... me imagino que deben tener sus limitantes (Redes, 2018).

Según la declaración de la coordinadora, los patrocinios son el mecanismo más importante para solventar el desfile y la cantidad de voluntarios. Se desconoce la metodología de selección o negociación con los patrocinadores, aunque la entrevistada argumentó que los patrocinadores tienen limitantes, se puede constatar que desde la emisión 2107, el desfile ha tenido patrocinios de bebidas alcohólicas como “José Cuervo Especial” hasta empresas cinematográficas como “Disney y Pixar” y recientemente el caso de funerarias.

Dentro de la experiencia de la coordinadora, menciona el caso con la funeraria Gayosso:

Lo que sí te puedo asegurar porque por ahí lo escuche, es que los patrocinios se consiguieron con mucho trabajo el año pasado, este año ya estaban haciendo fila para apuntarse. Antes había que rogarles mucho ja,ja,ja había que rogarles mucho entonces. Por ejemplo, no sé si recuerden la... el año pasado la carroza esta de... donde justo fue la señora María, que estaba cubierta en flores de cempasúchil y que era como un cementerio. Fue una de las más fotografiadas y ese fue patrocinado por Gayosso. Gayosso en su momento tenía mucho miedo de que se fuera a ver fúnebre y feo, oscuro y no querían relacionar su marca, si es algo para (relacionado) no es Disneylandia su marca, pero este, pero no quería relacionarlo con algo triste o feo. Y pues para su buena suerte, la sorpresa fue todo lo contrario, o sea, ese panteón eran yo creo de los más alegres, los más vistos y los más coloridos. Entonces ya ahora son los primeros en la lista, Gayosso (Redes, 2018).

Con la declaración de Jazmín Redes se corrobora que la funeraria Gayosso realizó su primer debut como patrocinador del desfile en el 2017 y para ser su primera vez, existía temor referente a que la empresa se viera atacada o mal vista, a pesar que su servicio este completamente relacionado con la muerte. A continuación se muestra la fotografía del carro alegórico patrocinado por Gayosso en el 2017:



Figura 53. “Uno de los siete carros alegóricos que se incluyeron de la caravana”, Carro alegórico de Gayosso, en el Gran Desfile de Día de Muertos 2017. Foto rescatada de Milenio.com 2018.

Como se puede apreciar en la fotografía, el carro alegórico de Gayosso no escenifica una muerte espiritual, si no el retrato del significado de la muerte para los vivos, o sea, la escena de un panteón tradicional con tumbas decoradas y los familiares visitando a sus muertos, mientras que las personas vestidas de negro pueden representar a las antiguas plañideras.

2.8.6 Ensayo Previo

El ensayo general se llevó a cabo el viernes 27 de octubre del 2018 en la primera sección del Bosque de Chapultepec, CDMX. Se extendió la invitación por parte de Jazmín Redes para observar el ensayo general y ampliar los datos de la investigación, ya que sería lo más parecido a lo que se presentaría en el evento pero sin público. Cabe mencionar que el trabajo de campo para esta investigación fue interrumpida en múltiples ocasiones, el personal de Callejón Salao intentaba retirar a todas las personas ajenas de las instalaciones del ensayo, ya que los ensayos de vestuario, maquillaje, la entrada de empujables, mojiengas y algunos carros alegóricos llamaban la atención de los visitantes que transitaban por el Bosque de Chapultepec y se aferraban a tomar fotografías.

A continuación se presenta el mapa de ubicación para el ensayo final en el bosque de Chapultepec, CDMX, proporcionado por Jazmín Redes:



Figura 54. Mapa de ubicación en el Bosque de Chapultepec para ensayo general, Callejón Salao, 2018. Imagen proporcionada por Jazmín Redes.

Como se puede observar, la producción de Callejón Salao se encargó de distribuir este mapa a todos sus voluntarios, marcando diferentes rutas de transporte público que quedarían

cercanas al punto marcado como “Registro”, es decir, el lugar donde se realizó el ensayo general localizando a un costado de la entrada al zoológico de Chapultepec.

Dentro del espacio que fue reservado para el ensayo del desfile, se montaron carpas con diversas funciones de organización y atención para los voluntarios: una carpa de registro, una carpa de alimentos e hidratación para los voluntarios y un área de maquillaje y peinado. Los voluntarios del elenco fueron citados desde las 11:00 am para iniciar con maquillajes y vestuarios. Conforme los voluntarios terminaban de ser caracterizados, el equipo de Callejón Salao los agrupaba en diferentes secciones según el segmento al que pertenecían, a manera que no se mezclaran.

Se contó además con la participación de los carros alegóricos de fácil manejo y acceso, especialmente “empujables” así como con algunas bocinas para la música y audio. En el primer ensayo, los segmentos sólo realizaron el recorrido caminando sin coreografía. Esta primera práctica tenía el fin de ubicar lugares y espacios. El tiempo fue básico para este ensayo donde se complementaban los empujables y ellos marcaban la pauta de velocidad a la que deberían de adaptarse los segmentos de voluntarios. En ensayos posteriores, ya se dedicó a realizar la coreografía de los segmentos.

Cabe mencionar que el ensayo se realizó poco después de las 5:00 pm, horario de clausura del bosque, de forma que ya no habría público interfiriendo en el ensayo. Sin embargo, a pesar que el bosque ya se encontraba vacío, salvo por algunos vendedores, la ruta no fue extensa sólo se marcó una ruta pequeña por lo que los ensayos fueron bastantes debido a la distancia tan corta. Para finalizar, es necesario mencionar que aunque era el ensayo final previo al evento, este ensayo solamente lo realizó Callejón Salao sin la participación de Anima Inc.

Al día siguiente con horas previas al Desfile, la avenida Reforma ya se encontraba abarrotada de público que llegó temprano para tener la mejor vista del desfile. No se realizará

un desglose de los sucesos del desfile, ya que el desfile quedó a la perfección y sin ningún tipo de inconveniente. Por lo que sólo se agregarán detalles destacados.

A continuación se presenta el mapa de “Rutas de Acceso” para los voluntarios del desfile:



Figura 55. Mapa de orientación para el voluntariado, Desfile de Día de Muertos 2018. Imagen tomada de la página del voluntariado *facebook*; “Voluntarios Gran Desfile de Muertos De La CDMX”, 2019.

Nuevamente, la producción de Callejón Salao realizó un mapa de orientación para el voluntariado, debido a que el día del evento se sospechaba que sería complicado llegar al lugar señalado como “registro” a un costado del Museo Nacional de Antropología, debido a que se montaron vallas de seguridad en toda la av. Reforma. Como consecuencia, se cerraron algunas rutas de transporte público, por lo que en el mapa sólo se marcan dos estaciones de metro accesibles, Chapultepec y Polanco para poder llegar al reclutamiento de voluntariado.

Es importante agregar que por lo visto, ni siquiera el día del evento se reunieron ambas productoras con sus respectivos voluntarios ya que la producción de Callejón Salao se instaló cerca del Museo Nacional de Antropología, alistándose para tomar la avenida Reforma con la primera parte del desfile.

Por otro lado, la productora Anima Inc, se localizó en carpas frente a la entrada al bosque de Chapultepec específicamente en “La puerta de los leones”, haciendo que su salida fuera inmediata a la “Estela de Luz”. Lo que no complicaría la salida de la segunda parte del desfile.

Otro dato a destacar es que según las afirmaciones de varios medios de comunicación como de *El Universal* (2018), donde se mencionó que el jefe de gobierno (sustituto) José Ramón Amieva no estuvo presente en la inauguración del desfile. Cabe mencionar que días y horas previas, el jefe de gobierno ya había asegurado su asistencia al evento, de manera que los únicos que estuvieron presentes fueron los secretarios Armando López y Eduardo Vázquez pertenecientes a las áreas de turismo y cultura. Así como Enrique de la Madrid, secretario de turismo federal.

CAPITULO 3. COMPARACION DE AMBOS EVENTOS

3.1 ¿Desfiles?

Después de repasar los antecedentes y la forma en la que se han desarrollado y evolucionado los eventos, se realizará una comparación entre el Gran Desfile de Día de Muertos y la Mega Procesión de las Catrinas, proyectos con características distintas pero semejantes a la vez, donde se analizará los beneficios y las contras de ambos eventos.

Por supuesto, será necesario mencionar la intervención de otros medios, empresas e inclusive personajes que se vieron enlazados a través de *Spectre*. Promoviendo el lado benéfico que tuvo la CDMX y todo el país en general con el surgimiento de dichos eventos. Ya se ha mencionado en los primeros capítulos, los antecedentes y motivos por los cuales nacieron ambos eventos, más el impulso que obtuvieron gracias a *Spectre* y el resultado que han tenido en la Ciudad de México y a nivel mundial, hablando específicamente de turismo, el cual ha sido monumental.

Primeramente es necesario reconocer que ambas manifestaciones tienen el nombramiento de ser desfiles, sin embargo, la Mega Procesión de las Catrinas es la representación de una procesión tradicional y cultural, arraigada en varios estados de la República Mexicana. Sin embargo, es necesario argumentar que a pesar de representar una procesión, el desfile termina convirtiéndose en un carnaval gracias a las caracterizaciones, disfraces y por supuesto, el maquillaje, elemento importante en este evento. Mientras que la película *Spectre* realizó la escenificación de un carnaval y ambos eslabones se unieron para darle vida al Gran Desfile de Día de Muertos.

Una gran pregunta es ¿a qué se debe el tremendo éxito de dichos desfiles? Para explicar la pregunta es necesario regresar al antecesor de los desfiles, el carnaval.

La idea de que el carnaval tiene un sentido de liberación de las tensiones sociales en los diversos lugares en los que se celebra, aun cuando la composición social y étnica de los grupos sociales implicados, sea muy variada. Además, el carnaval actual es una manifestación de sincretismo en la que, en los festejos autóctonos, lo religioso se mezcla con lo profano (Quiroz, 2013).

Para la Ciudad de México esto significa más que una celebración también es un deshago, una forma de hacer catarsis y postergar la cotidianidad de la vida citadina, donde todo se compone y se transforma en un colorido tradicional mexicano, resaltando y trayendo a la vida a personajes históricos y populares, creando otros nuevos, retomando antiguas modas prehispánicas, coloniales y actuales, todas conviviendo en una misma fecha, un evento. Significando que los desfiles y procesiones son la oportunidad perfecta para ser el personaje y vestir el atuendo que vaya de acuerdo a la personalidad que quiera experimentar, no existe limitantes.

Sería idóneo que ambos eventos pudieran separar la parte religiosa del festejo, sin embargo, en este caso resulta imposible, según la opinión de Caro Baroja:

De acuerdo con Caro Baroja, el carnaval, quiérase o no, es un hijo (aunque sea hijo prodigo) del cristianismo. Por ellos dentro del ciclo carnavalesco, se incluyeron varias fiestas de raigambre pagana. Así, pues, el tiempo de carnaval (o la duración de carnaval) está lleno de intenciones tanto sociales, como psicológicas. El hecho fundamental de poder usar máscaras, es decir, de invertir los papeles les permite a los seres humanos, hombre o mujer, cambiar de carácter durante unos días o unas horas, a veces hasta cambiar de sexo. Parece que la “cura” psíquica y social que supone el carnaval, es mucho más placentera que la cura cuaresmal, con su maltrato del cuerpo (Baroja, 1979; citada en Quiroz, 2013).

A pesar que esta investigación no se toca la historia de los carnavales, se puede asegurar que su antecedente directo serían en las fiesta de la cuaresma católica y retomando los desfiles en la CDMX, el Día de Muertos es una tradición popular, una celebración mestiza naciente de ambas culturas, la prehispánica y la colonial que se mantienen vigentes y nutren la fiesta. Y por el lado de los desfiles, se puede observar que aunque es más evidente la utilización de objetos, segmentos, vestuarios y simbolismos religiosos/católicos en el desfile de la CDMX, en la MPCatrinas el simbolismo no se queda atrás.

3.2 Misión de los eventos

La Mega Procesión de las Catrinas es un evento que ha tomado la responsabilidad de reavivar y modificar la tradición del Día de Muertos desde el año 2014, debido a la perspectiva de un desvanecimiento de la tradición mexicana por sustitución del Halloween, según Jessica Esquivias. Tradición que no había desaparecido, pero se encontraba en un peligro inminente debido a la confusión social y revoltura cultural, compitiendo y emparentando con el *halloween*. Las acciones al respecto, fueron un parteaguas para frenar la potencia del *Halloween* y devolviéndole la batuta al Día de Muertos en México evidentemente.

Sin embargo, los resultados que este evento ha tenido son benéficos y comprobables desde su primera emisión en el año 2014. Ya que si bien, el evento la MPCatrinas está inspirado en un personaje fundamental y muy representado en el Día de Muertos, La Catrina, aunque propiamente no pertenezca a la festividad. Es decir, La Catrina siendo un personaje de la imaginación del caricaturista José Guadalupe Posada, no fue diseñada para la celebración, sino que formaba parte de la inspiración y diseños característicos del artista para su sátira política de aquellos tiempos.

El personaje de la Catrina o “La Garbancera” ha vuelto a ser popular y ahora ha retomado un nuevo rumbo en su significación y definición, trasladándose de la sátira política a la festividad del Día de Muertos. Convirtiéndose en nuevo icono de celebración, tradición y sinónimo de festividad y por consiguiente, el personaje se ha transformado en un producto turístico tanto en México como en el extranjero.

Como antecedente a lo anterior, podemos aludir al ejemplo que se tuvo en la conferencia de prensa de la MPCatrinas, el Desfile de Catrinas en Japón. Por ejemplo, la MPCatrinas padece problemáticas a la hora de gestionar el evento en la CDMX, mientras que para el desfile de Japón, los retos son de otra índole. Es decir, traducir una cultura extrovertida a un país

introvertido, cuyo significado de la muerte es diferente en todos los sentidos, ha sido todo un reto para los organizadores. Retomando la declaración de Manuel Aviles (2018), primero se debe enseñar la cultura y significado del Día de Muertos, el significado de la ofrenda y por supuesto, la realización de mini talleres para la práctica del maquillaje de catrina y calaverita de azúcar. Sin embargo, como lo mencionó previamente el organizador del Desfile de Catrinas en Japón, “Les es complicado descifrar el significado del maquillaje” (Aviles, 2018).

A continuación se muestra la imagen de convocatoria para el Desfile de La Catrina en Japón:



Figura 56. Logotipo imagen tomada de la página de Facebook de “La Catrina en Japón” <https://www.facebook.com/LaCatrinaGarvancera.en.Japon/photos/1144137629317264> , 2020.

Como se puede observar en la imagen, se realizó un *collage* de fotografías de eventos previos con imágenes alusivas a la cultura mexicana, el logotipo del desfile es una catrina similar a la “Catrina Garbancera” al estilo de José Guadalupe Posada. Y por otro lado, podemos observar que bajo la imagen se observa las marcas participantes, de las cuales podemos destacar tres muy importantes: el logotipo de México, el logotipo de la Mega Procesión de las Catrinas y el logotipo del Museo José Guadalupe Posada. Es decir, el evento se encuentra bien

fundamentado y con el apoyo de instituciones mexicanas adecuadas al tema, sin embargo, se desconoce su labor en este desfile.

Por otro lado, la misión del Desfile de Día de Muertos de la CDMX radica básicamente en crear un discurso llamativo para el público y al mismo tiempo ser una atracción turística debido al prototipo previo que dejó la película *Spectre*. Como ya se había mencionado, el discurso que sigue el desfile es asignado por la productora y la Secretaría encargada del segmento que le pertenece. La Secretaría de Cultura junto a Callejón Salao se han encargado de realizar un discurso histórico/cultural, haciendo sobresalir las épocas: prehispánica, virreinal, el periodo de la Revolución y una mirada a la actualidad. Pero es necesario señalar que por una razón desconocida han decidido omitir pasajes bélicos de la historia mexicana como el periodo de la conquista y la Independencia; posiblemente sea debido a no querer trastocar episodios bajo conflicto y se remiten a dignificar a la muerte en un sentido de paz, más no doloso.

Sin embargo, bajo una opinión céntrica, es necesario y forzoso tocar el tema la conquista y posteriormente al episodio de la fusión de ambas culturas ya que de una u otra forma, la etapa de la colonia es el elemento que complementó al Día de Muertos con el pensamiento, adoctrinamiento y las efigies de la religión católica, elementos en las ofrendas tradicionales.

Por otro lado, la Secretaría de Turismo junto con Anima Inc han aterrizado en un discurso festivo estilo carnaval con segmentos, vestuarios y carros alegóricos más seductores y atractivos. Es decir, ambas productoras y Secretarías se han enfocado a lo que se encarga su materia de trabajo, dar un discurso cultural y un tanto académico por parte de la Secretaría de Cultura. Mientras que la Secretaría de Turismo opera un en un discurso contemporáneo y futurista.

Es necesario mencionar que en el año 2018 se realizó la Copa Mundial de Fútbol, donde se realizó una breve exhibición del desfile de Día de Muertos. Suponiendo que la Secretaría de

Turismo o el Consejo de Promoción Turística se vieron involucrados y fueron los promotores de tal espectáculo. Tal exhibición fue filmada y el video se viralizó por diversas redes sociales. De ante mano se puede pensar que la planeación de ese mini show fue por obra del Consejo de Promoción Turística y con el apoyo de Anima Inc. Esta suposición se hace debido a que los personajes, vestuarios y coreografías fueron similares a las que la productora presentó en el Desfile de Día de Muertos edición 2017.

En estos eventos es un fomento a la igualdad de clases y su reunión sin condición, sin necesidad de un beneficio económico, sólo es el gusto de asistir, convivir y divertirse. El beneficio social se consigue tras la complejidad de la caracterización, donde difícilmente se lograr exponer, diferenciar y señalar las clases sociales.

Tal y como se vio en el concepto de tradición, el pasado vivo del que se habla resultan ser los elementos fundamentales del Día de Muertos: la ofrenda, la visita a los panteones y los niños pidiendo calaverita. La modificación que se le hizo a esta tradición primeramente consistió en el constante bombardeo del *Halloween* y por consiguiente la instauración del desfile de Día de Muertos y la Mega Procesión de las Catrinas, así como los muchos eventos que se han desencadenado a partir de estos últimos. Los desfiles actuales de Día de Muertos resultan ser la actualización y modificación que necesitaba la tradición para ser constante y vigente, no una tradición estancada.

El éxito que han tenido los desfiles de Día de Muertos no se debe sólo a una “necesidad de expresión y teatralidad²⁶”, socialmente va más allá de eso, es decir, tal y como afirma Ileana

²⁶ Definición de Teatralidad según Ileana Azor:

En las zonas urbanas se construye, en cambio, una teatralidad itinerante y expansiva que se comparte entre los desplazamientos virtuosos y la construcción de una nueva identidad que se disfruta y exhibe. El ánimo de fraternidad y lazo comunal se alterna con la competencia de la premiación por el mejor vestuario y el orgullo de dejar la mejor impresión de su barrio, dentro y fuera de él. Más que la inversión del mundo -aunque ése es el concepto que se ha designado por la gran mayoría de los investigadores para acentuar el disloque o alejamiento de

Azor los eventos de este tipo son sostenibles, continuos y su auge se soporta de la columna vertebral que es una tradición milenaria, trascendental y vigente en la Ciudad de México como lo es el Día de Muertos. Ya que sí se analiza desde otra perspectiva, dichos desfiles se hubieran realizado sin un motivo o pretexto aparente es posible que no gozarían de popularidad y “prestigio”, así como otros eventos que han carecido de esta característica y han fracasado o no se mantienen estables en la memoria colectiva.

Por supuesto se puede afirmar que el cambio comenzó por la caracterización y la utilización de disfraces en todas las edades, ya que en años previos al 2014 los disfraces estaban considerados como una actividad infantil en la que los adultos no participaban a menos para asistir a una fiesta de disfraces o una “fiesta de *Halloween*”. El resultado fue efectivo, el disfraz funcionó como una catarsis para los adultos capitalinos, actualmente es normal encontrar personas de todas las edades caracterizadas, el disfraz funciona para convertir a los capitalinos y extranjeros en personajes salidos de los grabados de Posada y Rivera.

3.3 Recorrido

La ruta que han tomado ambos desfiles es pieza clave; como punto de partida el monumento al Ángel de la Independencia, siguiendo por la Avenida Paseo de la Reforma, cruce con Avenida Juárez continuando por la calle 5 de mayo hasta llegar al Zócalo Capitalino. Bajo la diferencia que la Mega Procesión de las Catrinas concluía (hasta el 2018) en el Palacio de Bellas Artes. En sus últimas emisiones el Desfile de la CDMX decidió extender y modificar

la cotidianidad-, es la vida la que tiene lugar ante nosotros, pero desarrollada con otra mirada y transformada por eventos que nos recuerdan la fusión de contrarios, la conversión de un espacio y un tiempo rutinario en un hecho excepcional, que se repite por voluntad de los participantes y de los observadores, en una práctica espectacular que se perpetúa y nos sirve de reflexión mimética vital.

brevemente su recorrido, iniciando en la “Estela de Luz, Centro de Cultura Digital”. Breves modificaciones, pero la ruta sigue tocando los puntos principales.

Las coincidencias entre ambos eventos consiste tanto en la ruta para desfilas como en la cercanía de fechas en las que se llevan a cabo; la Mega Procesión de las Catrinas realizándose habitualmente el último domingo de octubre, con el fin de que el evento sea el inicio de la celebración de Día de Muertos. Por otro lado, el Desfile de Día de Muertos se realiza el sábado siguiente de la MPCatrinas, bajo la estricta regla de realizar el desfile antes del 1 de noviembre, Por otro lado, es necesario mencionar que todos los eventos dentro de la Cartelera Cultural de la Ciudad de México no impiden, ni se mezclan con la celebración del Día de Muertos, todo evento es realizado previamente.

3.4 Participación ciudadana

La organización logística de la Mega Procesión de las Catrinas y en especial de los contingentes temáticos consiste en la participación ciudadana, fundamentada en la confianza por parte de la organizadora, especialmente al rol de los líderes de contingente, ya que recae en una fuerte responsabilidad por el número tan grande de interesados en participar. La MPCatrinas depende de su público en todo momento, ya que funge como patrocinadores, difusores, asistentes, artistas, público asistente, fotógrafos, activadores de economía, inclusive como valla de seguridad. Gracias al sorprendente número de público que se suma en cada emisión como respuesta a una necesidad social, la Mega Procesión de las Catrinas sigue en pie y con mayor fortaleza cada año.

Por su parte, la participación ciudadana en el Desfile de Día de Muertos radica en el voluntariado de las múltiples áreas como elenco, *staff*, áreas de utilería y vestuario, en caso de ser elegido y aprobar la audición. Por otro lado, el público del evento se limita a admirar el desfile desde atrás de la valla de seguridad, sin poder participar de manera activa.

3.5 Patrocinios

Los patrocinios son una parte esencial en ambos eventos, y es importante retomar este elemento ya que la Mega Procesión de las Catrinas, al ser un evento de carácter autodidacta, por medio de los patrocinios Mega Body Paint México puede sustentar el evento; retomando que los patrocinadores más fuertes son los maquillistas oficiales con su porcentaje incluido en su inscripción al evento. Sin embargo, dentro de esos gastos incluyen también un beneficio para ellos, es decir, la gestión del evento y los materiales logísticos, como carpas, mesas y uniforme, que ocuparan en el evento. Y por supuesto, así como las marcas patrocinadoras que se van ensamblando año con año, aunque se desconoce el motivo por el que varias marcas sólo han formado parte en una sola emisión.

El desfile de la CDMX por su parte, cuenta con mayor número de patrocinadores para el evento y se puede suponer que obtienen o solicitan un monto mayor al que puede requerir la MPCatrinas. Por supuesto, dependiendo el costo del carro alegórico que cada patrocinador desee adquirir para el desfile. Sin mencionar el fondo económico destinado respectivamente por las Secretarías de Cultura y Turismo. En relación con esta Secretaría, se desconoce si el Consejo de Promoción Turística esté involucrado económicamente para financiar una sección específica del desfile o concentran su presupuesto con la Secretaría de Turismo.

A continuación, se confrontarán datos en cuanto a los patrocinios, gracias a los datos proporcionados por la coordinadora del voluntariado de Callejón Salao, Jazmín Redes y la jefa de *marketing* de Gayosso, Sheila Patterson, con respecto al proceso de la funeraria Gayosso como patrocinador en el Desfile de Día de Muertos y su publicidad en la celebración de Día de Muertos.

La empresa Gayosso es una agencia funeraria que goza de fama en México, por ser la empresa encargada de brindar servicio fúnebre a numerosos personajes del medio artístico. El

día 11 de diciembre del 2018, se realizó una entrevista con la jefa del departamento de *marketing*, Sheila Patterson, en la sucursal Sullivan, ubicada en la Calle James Sullivan, colonia San Rafael, CDMX. Sin embargo, se realizará una comparación en cuanto a las declaraciones de Sheila Patterson contrastadas con las afirmaciones de Jazmín Redes.

El inicio de la entrevista comenzó con la aclaración de Sheila Patterson quien comenta que la participación de Gayosso en el Desfile de Día de Muertos de la CDMX se dio por invitación de Callejón Salao: “También me buscó la productora y dije... no, pues Gayosso tiene que estar ahí. Es decir, es el único desfile donde podemos estar, así que por supuesto que estamos ahí”. (Patterson, Sheila. Comunicación personal, 11/12/18)

Tal parece que una empresa dedicada al servicio funerario como Gayosso no es muy aceptada dentro de los círculos publicitarios, eventos masivos y días festivos convencionales. La jefa de *marketing* proporciona la visión de empresarial acorde para Gayosso:

Pues yo creo que desde hace 3 años a la fecha, que... que ya nos hemos visto mucho más de tres años a la fecha, este... o sea, nosotros el único momento en que podemos salir a la calle y hablar de Gayosso con naturalidad definitivamente es el Día de Muertos. O sea, porque si hablamos de Gayosso en día del amor y la amistad pues no, o sea, la gente no, no le gusta, ¿no? Y pues como Día de Muertos, la gente habla de la muerte, las catrinas, calaveras sin ningún si... sin, temor pues es cuando más podemos explotar la marca. Este... pero sí, es como 4 años a la fecha que hemos apoyado eventos culturales. Ahorita, el año pasado y este año pues apoyamos el desfile de la Ciudad de México, este año tuvimos muchísimo mejor, o sea, cada año ha sido mejor (Patterson, 2018).

Es natural que para empresas como Gayosso sea complicado promocionar servicios que a nadie le gustaría adquirir y mucho menos, tocar el tema. Por lo que la publicidad para las funerarias debe significar un reto para evitar que el receptor se sienta agredido, por lo cual, se justifica la incertidumbre de Gayosso como nuevo patrocinador en el Desfile de Día de Muertos.

La coordinadora del voluntariado Jazmín Redes proporciona la experiencia de Gayosso como patrocinador durante el desfile 2017:

Sí y yo entiendo que como empresa lo haces por primera vez en un evento que es muy nuevo todavía, y que entran con miedo, ¿no? Entonces este año nomas fue decirles ¿quieres, vas? O sea, no fue tanto trabajo como el año pasado que era mucho estira y afloja, pero a ver cómo... qué, enséñame los bocetos, la guía... más... más cosas. Recuerdo la historia de Gayosso por lo del año pasado que era muy... Escuche que la persona que estaba llevando la negociación fue complicado y este año fue así como de, fue el primero en *check-palomita* (Redes, 2018).

Es natural que ante todo Gayosso cuidara el concepto que manejaría su patrocinio en el desfile, sin embargo, tras el increíble resultado que obtuvo en la emisión 2017 con el carro alegórico de panteón tradicional, fue la motivación para ser patrocinador en la tercera emisión del desfile.

Ante todo esto se le preguntó a la jefa de *marketing*, cuál era el procedimiento con la productora Callejón Salao y el convenio donde Gayosso como empresa pueda tener un beneficio directo. Según menciona Sheila Patterson, Gayosso exhibe catrinas ornamentales en la avenida Reforma, catrinas diseñadas por un artista de Callejón Salao:

No, este... el programa también de la productora tiene a un artista que de hecho trabaja como con... por parte del gobierno, no sé... Él también hizo las pasadas, sí ya hemos tenido varias con él y él nos dice más o menos como qué tipo de eje le van a dar este año y él las hace y nos manda la propuesta y más o menos cómo va la línea un poquito y ya. Las antepasadas, eran muy largas, muy así. Y este año un poquito más (¿estilizadas?) sí, un poquito más este ¿Cómo se dice? Como más colonial, más fuertes, y ya después le puso los sombreros y todo y se veían bien bonitas. Pero sí, no es que nosotros escojamos, él también nos da la idea y ya las hace (Patterson, 2018).

La jefa de *marketing* proporciona información relevante, ya que la funeraria no sólo optó en participar en el desfile, sino que también dio un pasó extenso y decidió ampliar su gama de oportunidades en la publicidad, colocando las mencionadas catrinas a lo largo de la av. Paseo de la Reforma dentro de la celebración de Día de Muertos.

La empresa Gayosso involucra un *marketing* exitoso durante la festividad del Día de Muertos, colocando módulos que ofrecen paquetes de previsión funeraria en lugares estratégicos de la av. Reforma. Sin embargo, se puede considerar que la mejor arma de

publicidad han sido los carros alegóricos según su experiencia en el 2017, por lo que en el 2018 su patrocinio se extendió a dos carros alegóricos en el desfile, las catrinas monumentales y la extensión de apoyo a la MPCatrinas, según la declaración de Patterson:

Fueron dos carros alegóricos de 15 metros, este y justo fue el desfile que hizo Callejón Salao, la productora Callejón Salao, donde ellos este... me gusta mucho esa productora porque ellos se enfocan mucho en la parte prehispánica, prehispánica y cultural de... de... lo que es el día de muertos, lo que es la tradición del día de muertos. La otra productora son como un estilo más urbano, más moderno que así también esta increíble pero esta me gusta mucho, porque somos muy prehispánicos este y nuestros carros alegóricos era como si fuera... se llamaba ciudad... ¿Ciudad qué? Ciudad... Era la Ciudad de México, venían los monumentos más... Venía la Torre Latino, Bellas Artes... todas las... Era la que tenía Gayosso, toda la ciudad. Este... también tuvimos por parte de ellos tres módulos de prospección en Reforma, pero eso fue a lo largo de dos semanas junto con las diez catrinas monumentales. (¿Y para la productora de Callejón Salao su apoyo fue económico o en especie?) Económico (Patterson, 2018).

Según la afirmación de la entrevistada, da por entendido que su elección de participar con Callejón Salao se debe directamente a la temática prehispánica que predomina en la productora y su manejo en la discursividad del desfile. Sin embargo, es necesario acotar que la “productora de estilo urbano” se refiere a Anima Inc que por cierto, ha trabajado con la funeraria J. García López, también patrocinadora del desfile.

Según la declaración de Sheila Patterson, la empresa Gayosso patrocina al desfile con apoyo económico; lo que les da derecho y opciones de carros alegóricos en donde podría lucir el logotipo de la funeraria:

La propuesta pues sí, porque ellos pues si ellos viene así de la CDMX, de hecho quien este año fue la temática fueron las migraciones y eso lo decretó el secretario de cultura, entonces conforme así a la migración; “ustedes muchachos me van a hacer una propuesta”, entonces ellos son los que tienen que hacer la propuesta con respecto a las migraciones y ya de ahí, ir con los patrocinadores para “a ver te traigo esta propuesta con respecto a nosotros de dónde quieren estar ustedes y tengo este carro alegórico, este y este... tenemos esto... ¿cuál, cuál opinan?” Y así, y pues recibimos la ciudad (Patterson, 2018).

Con respecto a la declaración de Patterson, los patrocinadores no tienen libertad en elegir o diseñar su carro alegórico, sino que en este caso, Callejón Salao predispone

absolutamente todo, incluso los carros alegóricos al presentar el proyecto a la Secretaría de Cultura. Por lo que a patrocinadores como Gayosso sólo les queda apreciar, considerar y elegir el carro alegórico que mejor le convenga a la empresa.

A las empresas patrocinadoras les “ofrecen” las propuestas de carros alegóricos y el presupuesto destinado a dicho carro: “Si nos dan la oportunidad de... de... de lo que tienen ellos, elegir dónde queremos participar y obviamente cuál costo” (Patterson, 2018). A continuación se presenta la fotografía de uno de los dos carros alegóricos de Gayosso en el desfile 2018:

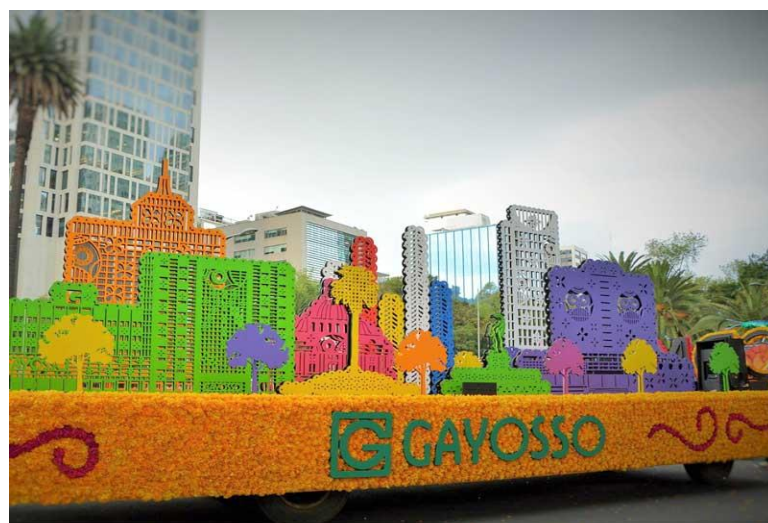


Figura 57. Carro alegórico de Gayosso en el Gran Desfile de día de muertos 2018. Foto tomada de KREATOS.MX, 2019.

Tal parece que los carros alegóricos de Gayosso, fueron consignados como tributo al segmento “Ciudad Refugio”, ya que lucían las formas y siluetas de los edificios más emblemáticos de la Ciudad de México y no cumplían con ningún adorno alusivo al Día de Muertos. Obteniendo excelentes resultados y beneficios como patrocinador en el Desfile de Día de Muertos, la jefa de *marketing* está segura de participar e involucrarse en próximas emisiones del desfile.

Dentro de los objetivos principales de Gayosso, el beneficio económico en la venta de paquetes funerarios ha logrado conseguir reconocimiento según lo menciona Sheila Patterson:

¿Los beneficios? Pues que la gente nos conozca más, este... a mí me da mucha alegría y satisfacción poder caminar, poder estar en alguna reunión y esto de Gayosso, lo otro es de Gayosso, que un chavo “millennial” sepa lo que es Gayosso. Normalmente una persona no sabe lo que es Gayosso hasta que va, que se le muere su abuelita y eso pues pasa mucho tiempo en lo que se le muere la abuelita, ¿no? Pero que sepa, o sea, que haya sabido lo que es Gayosso por un anuncio en redes sociales en Día de Muertos, pasando por la calle, en lo que se para mí eso es este (Patterson, 2018).

Con lo expresado por Sheila Patterson se puede comprobar que Gayosso sí ha conseguido un beneficio a través de su participación en los desfiles de Día de Muertos, incluyendo el caso de la MPCatrinas. El beneficio ha ido más allá de lo económico en la venta de paquetes de previsión funeraria, además, ha ganado reconocimiento y fama en un público difícil de alcanzar para su labor como funeraria. Y lo mejor, se ha podido dar a conocer en una conmemoración alegre y festiva y no por asuntos meramente mortuorios. Por supuesto, sin mencionar la publicidad extra por medio de catrinas monumentales y carros alegóricos fotografiados y publicados en redes sociales.

Cabe mencionar que desafortunadamente Sheila Patterson no profundizó en información con respecto al patrocinio a la Mega Procesión de las Catrinas, el cual, se cree que su patrocinio consistió en un monto económico.

3.6 Temáticas

Tal y como el nombre del evento lo dice, “Mega Procesión de las Catrinas” el personaje principal es la Catrina, la representación de una mujer sensual, coqueta, elegante que retrata la vestimenta y la ideología de la época del porfiriato en México. Reproduciendo ropa de moda europea, distinguida y refinada, de una clase económicamente poderosa o acomodada. Sin embargo, el evento no se enfoca solamente en el personaje de “La Garbancera” tradicional y clásica, si no que los contingentes temáticos se aperturan y permiten otras temáticas, como las ya mencionadas anteriormente, sin embargo, los resultados de la procesión se inunda de personajes que parecen salidos de los grabados de Posada y la imaginación de Rivera.

Por supuesto, en cuanto a las temáticas el Desfile de Día de Muertos marca una diferencia rotunda contra su oponente. En este punto, cabe destacar que ambas productoras manejan temáticas distintas, pero relacionadas con el tema central que es el Día de Muertos, esqueletos y algarabía mexicana. Por su parte, la productora Anima inc, su propósito se enfoca en propiciar asombro al público por medio de sus segmentos de voluntarios perfectamente coordinados y carros alegóricos exuberantes y llamativos. Mientras que la productora Callejón Salao opta por utilizar carros alegóricos en menor formato pero con un discurso histórico cultural más profundo, exaltando principalmente la cultura prehispánica.

3.7 *Spectre*

Previamente, se especificó que el equipo de producción de *Spectre* visitó la Ciudad de México en el 2014, para realizar una investigación previa antes de la filmación; topándose con la primera emisión de la Mega Procesión de las Catrinas, así como lo especifica la organizadora Jessica Esquivias (2018). Como resultado, la filmación de *Spectre* se realizó en el 2015 y las autoridades de la CDMX instauraron la realización del Desfile de Día de Muertos en el 2016. Aunque todas las noticias mencionaron que se realizaría un desfile “como el que se vio en la película”, las temáticas han ido cambiando conforme a las emisiones.

Las productoras encargadas del montaje del desfile, específicamente Callejón Salao han tratado de deslindar el desfile de James Bond; aunque es realmente complicado conseguirlo y definitivamente la publicidad no ayuda en lo absoluto. Cabe mencionar que en la emisión 2018 de la MPCatrinas, durante la conferencia de prensa es la primera vez que Jessica Esquivias se atrevió a mencionar que la MPCatrinas fue el antecesor del desfile, exaltando que el carnaval de *Spectre* fue basado en la MPCatrinas.

En conclusión, la Mega Procesión de las Catrinas representa una procesión tradicional con toques carnavalescos en cuanto al uso de maquillajes y vestuarios. Y lo que presentó




Spectre fue un carnaval; ambos se fusionaron y el resultado es el Desfile de Día de Muertos. Finalmente, podemos decir que “aparentemente” las únicas conexiones comprobables entre el Desfile de Día de Muertos y *Spectre*, es la participación de la coreógrafa Priscila Hernández, perteneciente a la compañía Reves Agency. Quien fue la encargada de realizar la coreografía que apareció en *Spectre* y tiempo después, se unió a Callejón Salao para crear las coreografías del Desfile de Día de Muertos. Al igual que la coreógrafa, la misma situación sucede con el Colectivo “Ultima Hora”, primero participando en *Spectre* y posteriormente su colaboración con Callejón Salao en apoyo de utilería.

3.8 Beneficios de los eventos

La Mega Procesión de las Catrinas y el Desfile de Día de Muertos podrán coincidir y diferenciarse en muchos aspectos; sin embargo, se debe considerar que entre ambos eventos no existe la competencia, al contrario, se toman de la mano para sacar un beneficio mutuo. Por ejemplo, la Mega Procesión fue realizada dos años antes que el Desfile de la CDMX; sin embargo, el desfile cuenta con mayor publicidad a nivel internacional. El Desfile dio un realce de turismo a niveles enormes, una atracción que los turistas no quieren perderse. Por lo que la Mega Procesión de las Catrinas y otros eventos (como la Mega Ofrenda y la Fórmula 1) obtienen público turista que asisten a la extensa cartelera cultural del Día de Muertos en la CDMX. El resultado se convierte en un beneficio financiero para todos los eventos y una derrama económica favorable para la Ciudad de México.

En la siguiente tabla se hace un traslado de información derivada de las imágenes previas sobre el significado de los cráneos conmemorativos para la celebración de Día de Muertos. Cabe mencionar que no se encontró información sobre el significado del cráneo 2016, ya que posiblemente al ser la primera emisión del desfile y una cartelera cultural amplia, aún no se introducía un significado al diseño del cráneo-logotipo.

Sin embargo, en la emisión 2018 podemos observar la introducción de dos logotipos de cráneo para un mismo desfile, el cráneo conmemorativo oficial de la Ciudad de México y el cráneo de “La muerte es un viaje” del cual no se encontró significado del simbolismo.

LOGOTIPO CONMEMORATIVO 2016	LOGOTIPO CONMEMORATIVO 2017	LOGOTIPO CONMEMORATIVO 2018
		
	<p>1.- La ofrenda (altar) de Día de Muertos es una tradición mexicana muy arraigada e importante que consiste en colocar en los hogares, ofrendas en honor a los difuntos de la familia, en dicho altar se ofrecen alimentos y bebidas (que les gustaban en vida), pan, frutas, veladoras, flores, y objetos de uso cotidiano de los muertos.</p> <p>2.- MESA Y TEXTURAS: El pico debajo de los panes, es la esquila de una mesa que sostiene el pan. Desde la frente y hasta la nariz se forma una textura para representar la tierra. En la antigüedad se usaban semillas para crear formas en el sueño de las ofrendas, actualmente se hace con aserrín pintado.</p> <p>3.- PAN DE MUERTO: Receta especial que no es de consumo cotidiano, pues está estrechamente ligado a la Celebración de Día de Muertos. Este elemento se ubica principalmente en el centro y sur del país, regiones donde es más celebrado el día de muertos.</p>	<p>1.- “De acuerdo a la tradición prehispánica, las capas de color simbolizan los siete niveles por las que las almas de los difuntos viajan para llegar a su destino final. Son siete colores y niveles colocados geoméricamente para enmarcar el elemento central. Desde la Conquista con la llegada del cristianismo, la tradición de la celebración se tuvo que adaptar a las condiciones de la época y a la llegada de la nueva religión.”</p> <p>2.- “En la actualidad las ofrendas para la celebración de Día de Muertos se realizan en tres niveles que representan el cielo, la tierra, y el purgatorio. Los colores utilizados para estos niveles son azul, café y rojo. En la sección de la tierra se coloca el pan de muerto, que es el plano donde lo tenemos tangible. En la tradición prehispánica no había idea del infierno así que esto se le atribuye al cristianismo.”</p> <p>3.- “Detrás de los ojos, hay un tapiz de papel picado con el símbolo de un Xoloitzcuintle que, de acuerdo a la tradición prehispánica, era el acompañante y guía de las almas en su camino al destino final.”</p>


	<p>4.- REPRESENTACION ABSTRACTA DE PAPEL PICADO: Utilizado desde épocas prehispánicas (papel amate) para representar el viento en los altares y en el que se dibujaban diferentes deidades. Actualmente el colorido y la cantidad de diseños son variados y en su mayoría se basan en las ilustraciones de José Guadalupe Posada.</p>	<p>4.- “A los costados se colocaron triángulos que simulan las partes de manteles con estampado de copas de barro donde se quema el incienso de copal. Los elementos de velas se conservan rodeando los ojos, como círculos blancos. “El humo que desprende el copal se relacionaba con deidades o con las almas de los difuntos, además su aroma así como la luz de las velas funciona como guía para la llegada de los difuntos a las ofrendas el día de la celebración”.”</p>
	<p>5.- BEBIDAS: Abstracción de botellas, representación de agua para aliviar la sed del difunto. Es uno de los elementos que se coloca de acuerdo con el gusto del difunto. Tradicionalmente las bebidas alcohólicas se colocan en vasijas de barro como: tequila, rompopo y pulque.</p>	<p>5.- “Los ojos conservan el simbolismo de los pétalos de la flor de cempasúchil”.</p>
	<p>6.- VELADORAS: Rodeando los ojos se colocaron círculos blancos que significan, de forma muy simplificada, veladoras como representación del fuego y como símbolo religioso. Se cree que sirven como guía de luz en su camino de visita al mundo de los vivos y retorno al mundo de los muertos.</p>	<p>6.- “En la barbilla se retoman los siete niveles de forma escalonada. Cada nivel debe contener elementos específicos como sal, veladoras, agua, fotografías de los difuntos, pan de muerto, comida, fruta, entre otros”.</p>
	<p>7.- FLORES Y COMIDA: La parte frontal de los ojos esta formada con figuras geométricas que simplifican un plato, donde se colocan los alimentos favoritos del difunto. Los ojos se resaltan con formas orgánicas que representan la cantidad de pétalos en las flores de cempasúchil.</p>	<p>CRÁNEO CONMEMORATIVO DEL SEGMENTO "LA MUERTE ES UN VIAJE" 2018</p> 
	<p>8.- El diseño de la calavera que da imagen a la Celebración de Muertos (desde 2016) está inspirada en la tradición milenaria de colocar ofrendas para honrar a los difuntos y cada elemento representa (de manera muy sintetizada) algún objeto utilizado en estos altares.</p>	

Figura 58. Tabla de simbolismo de los logotipos conmemorativos de la celebración de muertos, realizados por la CDMX. Información tomada de las imágenes descriptivas con dicha información. Elaboración propia 2020.

El análisis precedente de los logotipos resulta relevante a pesar que los cráneos se parecen entre sí, el simbolismo cambia de una emisión a otra. El cráneo del 2017 (segunda edición) mantiene una iconografía relativamente sencilla y común, semejante al significado que tiene una ofrenda de Día de Muertos tradicional. Y por otro lado, el cráneo de la tercera emisión manipula un significado más complejo y prehispánico, con información poco conocida. Lo cual, enriquece la información y complementa a los cráneos de emisiones pasadas.

3.9 Ciudad Refugio

Los antecedentes sobre el apodo y denominación de “Ciudad Refugio” a la CDMX, que ha sido muy repetida en capítulos anteriores se explica el posible motivo del renombre a la capital del país, ya que bajo la información recopilada se da una suposición y un fin más allá de un halago para la ciudad.

El apodo “Ciudad Refugio” adjudicada a la Ciudad de México se pudo corroborar en la Gaceta de la Secretaría de Cultura bajo el título: “Se reafirma CDMX como Ciudad Santuario, Refugio y Huésped” publicada el 23 de octubre del 2018. Los antecedentes del sobrenombre se remiten al año 2017, cuando instancias como la OIT (Organización Internacional del Trabajo) y la Secretaría del Trabajo, realizan un “Memorándum de entendimiento”. Conexión para trabajar juntos en temas de movilidad laboral y la migración.

Durante el mes de octubre del 2018, se realizó la presentación del libro: “Programas sociales para población migrante en la Ciudad de México: identificación de buenas prácticas y recomendaciones en materia de inserción laboral”, resultado del memorándum ya insinuado anteriormente. Y en la cual el jefe de gobierno, José Ramón Amieva también participaba. Cabe mencionar que dicha presentación se realizó días antes del Desfile de Día de Muertos, que luciría la migración como tema principal.

Es decir, el jefe de gobierno sustituto y las correspondientes Secretarías vieron en la migración (tema para el desfile) la oportunidad de sacar provecho del sobrenombre, la presentación del libro y la evidente participación del jefe de gobierno, la temática del desfile y el movimiento social que estaba aconteciendo en todo el país, “la caravana migrante”; es decir, el 2018 fue un año predilecto para manejar el tema de las migraciones.

3.9.1 Agenda cultural

La Secretaría de Cultura de la CDMX emitió la cartelera de los recintos culturales que participaron en las festividades como casas de cultura “Faros”, museos, instituciones y centros culturales, en donde las actividades dieron inicio a partir del Desfile de Día de Muertos y la Ofrenda Monumental. Los eventos se realizaron finalmente del sábado 27 de octubre al domingo 4 de noviembre, destacando “Noches de Museos” el miércoles 31 de octubre.

En la siguiente tabla se muestra los principales eventos con mayor número de público durante la festividad del Día de Muertos en la CDMX, desde el 2004 con la primera Mega Ofrenda en el Zócalo Capitalino hasta el concurso de Mexicraneos con su primera emisión en el 2017.

EVENTOS	FECHA DE REALIZACIÓN	PRINCIPAL ORGANIZADOR
MEGA PROCESIÓN DE LAS CATRINAS	2014- ACTUALMENTE	Mega Body Paint México
GRAN DESFILE DÍA DE MUERTOS	2016- ACTUALMENTE	Gobierno de la CDMX, Secretaría de Turismo federal, Secretaría de Cultura local
CONCURSO DE ALEBRIJES MONUMENTALES	2007- ACTUALMENTE	Museo de Arte Popular
MEGA OFRENDA ZÓCALO	2004-ACTUALMENTE	Gobierno de la CDMX
CONCURSO MEXICRANEOS	2017- ACTUALMENTE	Funeraria J. García López
PASEO NOCTURNO EN BICICLETA	2010-ACTUALMENTE	Gobierno de la CDMX, programa "Muevete en bici" de la Secretaría de Medio Ambiente de la Ciudad de México.

Figura 59. Tabla de los principales eventos durante la celebración Día de Muertos en la CDMX, 2018.
Información tomada de diferentes medios. Elaboración propia, 2019.

Con respecto a la información anterior es que se puede colocar a la Mega Ofrenda como el evento más antiguo nacido en el 2004, seguido del Concurso de Alebrijes Monumentales en el 2007, continuando con el Paseo Nocturno en bicicleta en el 2010, posteriormente con la Mega Procesión de las Catrinas en el 2014, luego el Gran Desfile de Día de Muertos en el 2016 y culminando con el Concurso de Mexicraneos en el 2017. Y por supuesto, cada uno de los eventos ha tenido un auge asombroso y se mantienen vigentes.

3.9.2 Mega Ofrenda 2018

La ofrenda de Día de Muertos del Zócalo capitalino de la CDMX fue inaugurada al término del desfile el sábado 27 de octubre del 2018 y permaneció hasta el domingo 4 de noviembre del 2018. La temática de la ofrenda integró el tema de la migración, según la descripción que menciona la Secretaría de Cultura:

La instalación contemporánea de cuatro arcos del triunfo, nueve senderos, seis catrinas, un “Túmulo funerario” y un “Altar de Muertos”, es resultado del diseño dual del artista Humberto Spíndola y la antropóloga Gisela Mendoza Jiménez, y contará como elemento orgánico con la ambientación musical realizada por el arreglista y compositor Ricardo Martín Jáuregui (Secretaría de Cultura, 2018).

Desde la primera y hasta esta última emisión del montaje de la Ofrenda Monumental se han realizado diseños novedosos con cada emisión, ya que la Secretaría de Cultura da oportunidad a diferentes artistas, diseñadores y especialistas para realizar la Mega Ofrenda. Sin embargo, es necesario mencionar que se desconoce la procedencia que da el veredicto y dictaminar quién se encarga de realizar la Ofrenda cada año.

Recapitulando, se tiene que hacer un breve regreso al montaje de la primera Mega Ofrenda que se realizó en el año 2004, bajo la jefatura de gobierno de Andrés Manuel López Obrador; según lo argumenta Bertha Teresa Ramírez del periódico La Jornada:

Entre las exposiciones montadas este año en la Plaza de la Constitución destaca la ofrenda monumental montada por don Alejandro Montero, un viejo trabajador de la construcción que desde hace 10 años se transformó en artesano especializado en el manejo del cartón. La ofrenda, comentó, tiene una extensión de 400 metros y representa un panteón adornado con cempasúchil y en el centro la calavera de un soldado español que simboliza la conquista y el inicio de la evangelización de Tenochtitlán. Incluye 91 calacas hechas con cartón, papel, engrudo, resistol y pintura, y en algunas se utilizó madera (Ramírez, 2004).

Retomando los argumentos anteriores por parte de Marco Osorio (2019), artesano del Colectivo “Ultima Hora” quien mencionó que el colectivo fue el parteaguas en cuando a la instauración de la Mega Ofrenda en el Zócalo capitalino en el 2005, mientras que la nota de la

periodista Bertha Ramírez argumenta y maneja evidencia que en realidad la primera ofrenda en el Zócalo fue bajo la influencia y trabajo del artesano Alejandro Montero en el 2004. Sin embargo, con diferencia de un año, el Colectivo “Ultima Hora” sí revolucionó las ofrendas en cuanto a la monumentalidad de sus creaciones de esqueletos y personajes.

En la siguiente tabla se hace una breve descripción de las emisiones de la exposición de la Mega Ofrenda a partir del 2016, ya que desde ese año el montaje y exposición de la ofrenda en el zócalo capitalino se formalizó, al ser elegida como el punto culminante después del primer Desfile de Día de Muertos igualmente en el 2016.

OFRENDAS EN EL ZÓCALO DE LA CIUDAD DE MÉXICO			
EMISIÓN	AUTOR	NOMBRE	SIGNIFICADO
2016	Betsabeè Romero	"Canto al agua"	La mega ofrenda que fue colocada en el Zócalo capitalino de la CDMX fue realizada por la artista plástica Betsabeè Romero. -Conformada por 120 trajineras que simbolizan los diversos problemas que envuelven al país, y al mismo tiempo siendo una ofrenda dedicada a los difuntos. Colocada en “la ciudad que se fundó sobre el agua: Tenochtitlan”, trajineras que serían iluminadas por la noche, simulando el agua de Xochimilco. (QUADRATIN,2016)
2017	Coordinada por el artista Luis Rodríguez y el grabador Joel Rendón.	Ofrenda dedicada a las víctimas del sismo de septiembre del 2017	“La Ofrenda Monumental en el Zócalo capitalino esta creada bajo una celosía de papel picado en forma de petate, que podrá ser disfrutada a nivel de piso y desde una perspectiva aérea, realizada por el diseñador, escultor y grabador de origen mixteco Joel Rendón, en colaboración con las Fábricas de Artes y Oficios de Oriente, Milpa Alta e Indios Verdes, de la Red de Faros de la Secretaría de Cultura de la CDMX. Además de ocho esculturas, figuras en cartonería y dos tapetes de aserrín elaborados por talleristas de los Faros.” (El sol de México, 2017)
2018	Artista Humberto Spíndola y la antropóloga Gisela Mendoza Jiménez	"Túmulo funerario" y "Altar de Muertos",	"Cuatro rumbos del mundo", menciona que serían cuatro arcos, y cada uno estaría orientado en los puntos cardinales en el zócalo capitalino, los cuales se describirán a continuación: Norte: identificado con el color negro o amarillo, significado la región de los muertos. Sur: identificado con el color azul, significado la región del Tlalocan, paraíso de Tláloc. Oriente: identificado por el color rojo, significado por donde sale el sol, lugar de guerreros que acompañan al astro desde su salida hasta el mediodía. Poniente: identificado con el color blanco, significado del lugar de las mujeres que murieron durante el parto. (Secretaría de Cultura, 2018)

Figura 60. Tabla informativa sobre Mega ofrendas en el Zócalo capitalino de la CDMX. Elaboración propia, con información tomada de QUADRATIN, el Sol de México y la Secretaría de Cultura. 2019.

Con la información descriptiva en cuanto al concepto que tuvo cada Mega Ofrenda en las últimas tres emisiones, se puede comprobar que más allá de una ofrenda, los artistas proyectan un tema de interés para ellos mismos o los problemas que acontecen el país, por ejemplo: un homenaje a los difuntos de un desastre natural en la Ciudad de México o el montaje de una ofrenda con características y significados prehispánicos.

Conclusiones

A lo largo de esta investigación se ha vislumbrado la complejidad que envuelve al proyecto de la Mega Procesión de las Catrinas que es, sin duda, uno de los eventos culturales más trascendentes ocurridos en la Ciudad de México. Naciente de la esperanza de “rescatar la tradición de Día de Muertos”, siendo que no había nada que rescatar, el hecho es que se reavivó, se modificó, le devolvió vida y modernización al mismo tiempo, y convirtiéndose así en una celebración, inyectada de la necesidad de los ciudadanos por un evento cultural, social y gratuito que los representase y que los hiciera sentir amor por las tradiciones así como expresar con orgullo sus hitos de identidad.

La Mega Procesión de las Catrinas ha cubierto una necesidad colectiva, como por ejemplo: la necesidad de expresión por medio del maquillaje y la caracterización, la creación de un vestuario que refleje su profundidad y simbolismo a través de la identificación de un referente como lo es “La Catrina”, un personaje que no tiene rostro, color de piel, de nacionalidad indefinida, mexicana pero con aspiraciones de moda europea, todo un personaje de sangre mestiza.

A raíz de este trabajo de investigación, surge la noción de que la inserción de los contingentes temáticos en el evento fue una alternativa atrayente y organizada, ya que de esta forma le dio un mayor control, además de que se mostró ordenado y con buenos objetivos planeados. Sin embargo, y abordando la cuestión desde una perspectiva social, el hecho de agrupar personas con los mismos gustos en cuanto a inclinaciones temáticas, *hobbies*, cosmovisiones y formas de expresión, le da un punto extra al evento. De esta forma se logró conformar una atmósfera de identificación cultural y la oportunidad de interactuar, conocerse, crear diálogo y simpatía con personas de gustos afines, con la certeza de que los integrantes del evento tuvieron una experiencia artística enriquecedora y que seguramente esperan el próximo

evento para reencontrarse y poder revivir el intercambio cultural a través del vestuario, el maquillaje y las caracterizaciones de Día de Muertos.

Con base en la información recopilada en esta investigación, se puede deducir que la Mega Procesión de las Catrinas fue el evento trascendental para la CDMX que no sólo retomó la tradicional conmemoración a los muertos, sino que también revolucionó la manera de concebir y experimentar dicha tradición de una manera colectiva, convirtiéndola en una opción de fiesta y celebración para los vivos.

A mi consideración, la meta y misión que se propuso la directora Jessica Esquivias y la asociación Mega Body Paint México se cumplió, es decir, desde el año 2014 hasta la actualidad, el Día de Muertos resaltó, se sobrepuso y rebasó al *Halloween*, devolviéndole popularidad y demanda a los disfraces de catrina. Pero no sólo eso, actualmente la Mega Procesión se ha convertido en un desfile de expresión y alta costura, tradición y creatividad, ya que cada año se puede apreciar vestuarios más elaborados, coloridos, extrovertidos, decorados, acompañados de enormes sombreros y tocados, siempre manteniendo el toque mexicano. Cabe mencionar que en este evento donde no existe ambiente de competencia ni egocentrismo, sólo admiración, colaboración y asombro. Cada persona luce su vestuario y surge el deseo de fotografiarse con aquella catrina que destaca por el diseño y empeño en la indumentaria.

Me gustaría resaltar que actualmente y gracias al evento, el maquillaje de catrina ha sustituido el nombre de “calaverita de azúcar”, es decir, el maquillaje de catrina ahora tiene una derivación de varios estilos. Así como la virgen María, vestida de múltiples vestuarios y advocaciones, “La Calavera Garbancera” tiene una similitud, tocando épocas e infinidad de representaciones. Pero al final, el público observará un maquillaje de cráneo o calaverita de azúcar e instantáneamente lo identificará como una catrina.

Gracias a las declaraciones de Jessica Esquivias se obtuvo la pieza faltante del rompecabezas: el equipo de investigación de *Spectre* asistió a la primera Mega Procesión de las Catrinas en el 2014, especulando que este “desfile” era una tradición en la Ciudad de México, por lo cual quisieron inspirarse y recrearlo para la película al año siguiente. Esta declaración junto a la del Colectivo “Ultima hora”, dan los indicativos que el carnaval de *Spectre* y su transformación posteriormente en un desfile surgieron y fragmentaron la Mega Procesión de las Catrinas y las piezas de cartonería diseñadas por el Colectivo “Ultima Hora”.

Con base en los resultados obtenidos en esta investigación, considero que la Ciudad de México ahora tiene una nueva forma de celebración y conmemorar el Día de Muertos. Es claro que los eventos, películas y desfiles fueron realizados por diversos medios, asociaciones y personajes, sin embargo, el beneficio es uniforme: la exaltación de la tradición y cultura, el beneficio turístico y económico para la Ciudad de México.

Por un lado, el medio cinematográfico consiguió múltiples beneficios con el Día de Muertos, representando la tradición en películas como “El libro de la vida”, “*Spectre*” y “Coco”. Sin embargo, *Spectre* tuvo todo a su favor para mostrar el lado cultural de México en carne y hueso; consiguió adelantarse y exponer un proyecto futuro para la CDMX. Por otro lado, mucho se habló y se seguirá hablando acerca de la realización del Gran Desfile de Día de Muertos, lo que es una realidad es que el desfile y *Spectre* seguirán íntimamente relacionados.

Lo que ahora se tiene claro es que con la realización del carnaval que apareció en *Spectre*, no fue una casualidad así como la parte desconocida que existe detrás de la filmación como lo son: permisos, patrocinadores mexicanos con propósitos y beneficios para sus empresas, un supuesto cambio de guion, cambio de ubicación de los edificios del Centro Histórico y la intromisión del Consejo de Promoción Turística. El hecho que el director de la Comisión de Filmaciones del Centro Histórico desconociera o se deslindara de la negociación

entre la producción de *Spectre* y el gobierno de la Ciudad de México y por supuesto, la justificación de un concurso que posiblemente jamás existió y únicamente fue mencionado en una ocasión por Miguel Ángel Mancera, es un tema que habla por sí mismo. Sin embargo, ahora sólo tenemos un resultado certero, el Gran Desfile de Día de Muertos.

Es necesario agregar que el Desfile de Día de Muertos al igual que la Mega Procesión de las Catrinas coinciden en los resultados positivos que han tenido, como por ejemplo, cubrir la necesidad de darle a la sociedad mexicana y extranjera lo que necesitaban y del cual ahora se disfruta, de un evento que exalta la cultura y el ingenio mexicano para diseñar carros alegóricos, segmentos y vestuarios cada vez más ostentosos y vistosos, que además ayuda a la disminución de un estrés cotidiano y experiencias carnavalescas en beneficio de la diversión del público. Además, este es el único evento donde México no quiere que se introduzcan temáticas ni ornamentas extranjeras.

La realidad es que la Mega Procesión de las Catrinas y el Gran Desfile de Día de Muertos llegaron para quedarse, pero también modificaron la tradición del Día de Muertos. Se han logrado consolidar un proyecto artístico que se fundamenta en la colectividad en la Ciudad de México que también representa a una sociedad que anhelaba una nueva propuesta cultural que también significara un beneficio económico y sustentable para sus comunidades. No cabe la menor duda que la popularidad y velocidad con la que avanzan año con año ambos desfiles, los lleven a competir con eventos como el Carnaval de Brasil y el Carnaval de Venecia.

Durante esta investigación se abrieron diversos temas que no se consideraron al inicio de esta, como la historia, uso, trayectoria, modificaciones y uso actual del *body paint*. Pero no sólo ello, también la responsabilidad y las consecuencias que conlleva la mala procedencia del maquillaje para realizar este tipo de arte. De igual manera, se tocaron los puntos más fuertes y el nacimiento de Mega Body Paint México y su transición a ser una de las asociaciones que se

ha consolidado y dado a conocer por el enorme poder de convocatoria que ha conseguido no sólo por la calidad de sus eventos, también por ser un generador de artistas a nivel nacional.

En México el *body paint* jamás había tenido una aceptación y popularidad tan grande, un arte completamente discriminado por la visión limitada y ser un “incitador de perversión y vulgaridad” al mostrar cuerpos desnudos. Actualmente Mega Body Paint México ha logrado revelar el lado ciertamente artístico detrás del *body paint*. Incluso se presentó una inserción y difusión de cursos para el aprendizaje del arte corporal bajo sus diversas variantes: pinta caritas, trazos, realismo, efectos especiales, entre otros. Cursos cada vez más solicitados por artistas y fanáticos interesados en aprender.

Con base en lo anterior, se puede afirmar que Mega Body Paint México comprende la enorme misión que brinda una nueva forma de percibir la creación de *body paint* rescatándolo y trayéndolo de las profundidades de las artes marginadas. Considero que el *body paint* es la evolución de la pintura, bajo la razón que ahora ya no se necesitan materiales costosos, ni caballete. Ahora basta con un pincel, maquillaje, la imaginación del artista y el cuerpo humano para plasmar hermosas obras de arte. Aunque es un arte efímero, con el apoyo de la fotografía puede quedar inmortalizado.

La Mega Procesión de las Catrinas no ha parado de mostrarle a la sociedad que los artistas profesionales y dedicados siguen vigentes, ahora maquillan y pueden vivir de ello. Con la posibilidad de convertirse en una industria cultural, fuente de ingresos y reactivador de economía enérgico para la Ciudad de México, es una prueba suficiente que se requería este tipo de eventos, beneficiando en todos los sentidos: cultural, colectivo, social, turístico, económico, artístico, fomento y modificación de la tradición, es decir, la Mega Procesión de las Catrinas cumple la misión de revivir y transformar la tradición del Día de Muertos, mientras que el Gran Desfile de Día de Muertos se inclina hacia la promoción turística y reconocimiento mundial.

La popularidad de ambos eventos nació de una necesidad comunitaria de pertenencia de apropiarse de una tradición y aprovecharla al máximo y en donde los capitalinos desean maquillarse como catrinas y catrines, salir y desfilan en un evento familiar. Cabe destacar que los desfiles no han sustituido el montaje de la ofrenda tradicional y la costumbre de visitar los panteones para recordar a los familiares fallecidos. Al contrario, se ha conseguido una dualidad entre la celebración y la solemnidad, al grado que actualmente la conmemoración permanece un mes entero.

Por último, es necesario mencionar que dicha necesidad va en aumento y cada vez más personas se suman a ambos desfiles, participando en una actividad que hace unos años se consideraba sólo para niños como disfrazarse y caracterizarse como catrines y esqueletos. Actualmente, el disfraz y el maquillaje se lleva con orgullo y presunción en adultos y niños fomentando la cohesión social entre los mismos participantes, los cuales al conocerse crean lazos de compañerismo y amistad.

A partir de la segunda década del 2000 se percibe que en la CDMX los ciudadanos experimentaron una evolución en cuanto a la festividad del Día de Muertos. Lo que antes de esta década significa sólo la visita a los panteones y la ofrenda familiar ahora se ha transformado a toda una celebración tanto para vivos y muertos.

Ahora la tradición ya no está destinada exclusivamente al rememoramiento de los familiares fallecidos, conmemorando su memoria y los recuerdos, acuñados a una ofrenda y la visita en el panteón. Por supuesto que eso no se ha perdido, sin embargo el giro que le ha dado la Mega Procesión de las Catrinas y el Desfile de Día de Muertos la tradición evolucionó desde el año 2014 haciendo que estos eventos sean para el deleite y el disfrute de los capitalinos y todo público que asista, la tradición ya no se mantiene estancada.

Por otro lado, debemos mencionar un aspecto notorio en cuanto a la celebración y ambiente de fiesta que se da durante estos eventos, ya que como se mencionó anteriormente, los carnavales y este tipo de eventos ayudan a la realización de la catarsis de los capitalinos, tal como lo menciona Haideé Quiroz:

La máscara que revela el otro yo del mexicano, convierte a los hombres en otros hombres, los transforma en fieras, en vegetales, en seres diabólicos o celestiales y en héroes mitológicos. Así, durante la fiesta o el rito, el mexicano deja de ser el de todos los días y se sacraliza con la máscara, desdoblando su personalidad en un acercamiento a sus orígenes psíquicosociales, que en muchos de los casos desconoce, pero que, sin embargo, intuye (Quiroz, 2013).

La caracterización es un elemento importante desde siempre en la historia de los carnavales o desfiles, el apoyo de máscaras, maquillaje o *body paint*, vestuarios y tocados donde este elemento se concentra no sólo la actividad de libertad, teatralidad, la oportunidad de ser un personaje distinto al cotidiano, por ejemplo; un guerrero azteca o una catrina.

Por supuesto, es importante verificar una perspectiva poco reconocida, ya que además de la caracterización los desfiles de Día de Muertos ayudan a crear el espacio ideal para dichas actuaciones, en este caso, Paseo de la Reforma (la ruta de ambos desfiles) se convierte y transforma en el escenario ideal “para ver y ser visto”. Sin embargo, hay que destacar una característica importante, el escenario no se modifica, este se mantiene en su aspecto común y cotidiano, lo que cambia el entorno es el colorido, la algarabía, lo festivo y atractivo es el público, los disfraces, el maquillaje, carros alegóricos y utilería.

Finalmente, me gustaría aterrizar en los ejes estratégicos de la labor de la gestión cultural y el perfil de los estudiantes de Arte y Patrimonio Cultural en este tipo de eventos culturales. La razón de estudiar este nuevo fenómeno acontecido hace 8 años es una actualización y por supuesto, una modificación a la antigua tradición del Día de Muertos. Para la Ciudad de México involucró un cambio para bien en todos los sentidos, desde el turístico, el económico, uno muy importante que rara vez un evento masivo logra consolidar: el social y el cultural.

El campo de la cultura se vio beneficiado con la incorporación de la práctica del arte, con la implementación y popularidad del maquillaje artístico o *body paint*, la creatividad en el vestuario y tocados, pero sin dejar de lado la tradición.

Mi labor como investigadora de este fenómeno resultó relevante la importancia de la temporalidad ya que debe mantenerse la investigación continua y actualizada. Por otro lado, al abarcar diversos eventos con un mismo fin, es necesario contar con la información completa, recurrir incluso a las fuentes menos precisas o las menos confiables, porque posiblemente ahí este una pieza importante en la investigación.

En la investigación de eventos masivos, una de las voces que jamás deben ser ignoradas es la del mismo público, ellos son quienes solicitan, crean, participan, distribuyen e incrementan y hacen crecer el evento. El gestor cultural investigador debe mantenerse vigente, constante, activo, receptor, curioso y tolerante, neutral y en algunas ocasiones ser conciliador.

La recomendación que haría es que el tema que se pretenda indagar debe ser de completo interés al investigador, un tema que ejerza pasión, felicidad y curiosidad, o de lo contrario será una investigación tediosa. En caso de ser un fenómeno “nuevo”, buscar el inicio y el final, debido a que de ambos surgen las piezas y personajes que se involucran en el fenómeno y cómo fue el recorrido de los participantes en este. Buscar todas las entrevistas posibles, cada entrevistado tendrá una opinión y una versión diferente desde su trinchera.

Yo propondría un protagonismo mayor al momento de la gestión, incluso ser un campo de oportunidad más amplio que incluso la misma investigación. La inmersión de personajes expertos en cultura y manejo de público es elemental, de esa forma de tendría una conexión directa con la población, bajo la pregunta ¿Qué es lo que quiere el público? ¿Qué propuestas ofrecerían ellos?

Posteriormente, los gestores o promotores podrían crear junto con otros profesionales de áreas diferentes, un discurso pertinente y entendible, un discurso que deje huella e incremente la curiosidad del público, creando nuevo contenido. A mi consideración, los profesionales de arte y patrimonio tienen un campo de acción muy amplio que no puede limitarse sólo a la investigación. Especializarse en la investigación siempre y cuando no se detenga ahí, que la investigación sea el paso inicial para la generación de proyectos en beneficio del conocimiento a todo público o población.


Es necesario buscar una nueva función del arte más allá de la académica y recreativa, que realmente se puede vivir de ello, mostrar que el arte de épocas antiguas ya no se mantiene tan vigente en su práctica, pero se ha modificado e incursionado en nuevas técnicas como la fotografía o el maquillaje artístico.

☰ 🔍 **EXCELSIOR** Portada Impreso Tv Radio Última hora

Productor de la cinta 'Spectre' presenta a la 'Chica Bond'

James G. Wilson presenta a la actriz Stephanie Sigman como parte del elenco de la nueva cinta de 'James Bond'

NOTIMEX / FOTOS: AP | 18-03-2015



Sigman, quien durante la conferencia fue llamada en varias ocasiones Chica Bond, relató el proceso de inclusión en esta película dirigida por Sam Mendes y protagonizada por Daniel Craig. (AP)

Suscríbete a nuestro boletín

Recibe las últimas noticias y mantente siempre informado

Correo electrónico **Enviar**

CIUDAD DE MÉXICO, 18 de marzo.- El productor **James G. Wilson**, quien está al frente de la nueva cinta de **James Bond** titulada **Spectre**, que tendrá locaciones en el Distrito Federal, señaló que la producción no recibió dinero del gobierno capitalino ni se modificó la estructura del guión para incluir a México, como se ha especulado.

"Siempre que vamos a filmar a distintos países se hacen acuerdos y se tienen incentivos, ya sea con impuestos o apoyos para cooperación, y en este caso tuvimos compañías privadas con las que nos unimos para estimular el turismo en este país, las cuales también estuvieron involucradas para darnos financiamiento y apoyo práctico.

// El monto de dinero no lo discuto nunca, pero en lo que concierne al gobierno, sólo nos ayudó para presentarnos a estas personas y luego tuvimos su apoyo para obtener permisos, para controlar las calles y la policía y cosas así", afirmó el productor en conferencia de prensa, en la que también habló de la historia.

// En el caso del guión, no hay nada que no haya estado, el villano ha sido italiano, casado con el personaje a cargo de Monica Bellucci. Filmamos en Roma y la escena incluye a este personaje", destacó durante la reunión en la que se presentó a la actriz mexicana Stephanie Sigman como parte del elenco de la película, pues siempre se contempló tener a México y a una actriz de este país.

// Nosotros vimos a mujeres que podrían ser apropiadas para este papel y Stephanie salió a la luz y al director le gustó para el papel del que no les puedo hablar", destacó con humor Michael G. Wilson.

Por su parte, Sigman, quien durante la conferencia fue llamada en varias ocasiones *Chica Bond*, relató el proceso de inclusión en esta película dirigida por Sam Mendes y protagonizada por Daniel Craig.

SUBTITULADO

// Yo hice un casting, estaba de vacaciones en México y recibí una llamada del director del casting local y me dijo que si quería venir a hacer una prueba, que todo era secreto. Montamos una escena de películas anteriores. Aplacé el proceso de 'casting' porque me enfermé, así que lo hice y lo envié; pensé que no iba a pasar nada, luego me llamaron y me hicieron ver a Sam (Mendes) y creo que algo les gustó", dijo la actriz con timidez.

Sigman reveló que ya tuvo contacto con Daniel Craig en los estudios Pinewood de Reino Unido, donde realizó pruebas de cámara y maquillaje, y definió al protagonista de la saga de *Bond* como "muy atento, correcto y muy educado".

La también protagonista de *Miss Bala* destacó que solamente tuvo un breve acercamiento con el director, con quien sólo habló algunos detalles del personaje que interpretará y del cual no se ahondó durante la conferencia.

Respecto a la filmación que se desarrollará en la Ciudad de México, el productor aseguró que se tratará de una escena complicada, pues "es una persecución en el Centro Histórico e involucra a más de mil 500 extras en el Zócalo, en una celebración del Día de Muertos", por lo que también se tiene contemplado a un equipo de alrededor de mil personas.

En un tono amable, Michael G. Wilson no dio datos precisos sobre los actores que vendrán a la filmación, pero reiteró su alegría por estar de regreso en el país, donde por cuarta vez se realizarán escenas para películas del famoso súper agente.

Finalmente, el productor destacó que la intención de la franquicia de *Bond* no pretende entrar en asuntos políticos, sino simplemente entretener.

"La policía vino y nosotros preguntamos qué tipo de policía debería de ser la correcta en un evento como ese y es todo sobre eso, nada más, nosotros queremos ver a México en una buena visión, no en una mala.

"En las películas de *Bond* tratamos de no adentrarnos en las situaciones políticas, como una vez me lo dijo Albert R. Broccoli, pues estas cintas son populares en todo el mundo.

// Estamos aquí para entretener, no para contar una historia política, hay muchos directores que hacen películas políticas y eso está bien, pero nosotros estamos dedicados al entretenimiento", concluyó.

México escribe el último guion de James Bond

Los productores de la próxima película aceptan cambios en el argumento de la cinta



PAULA CHOUZA

México - 12 MAR 2015 - 18:12 CET



Naomie Harris, Lea Seydoux, Daniel Craig y Monica Bellucci, durante la presentación de la película. DAVE M. BENETT / WIREIMAGE

A cambio de ayudas valoradas en 14 millones de dólares, las autoridades mexicanas quieren controlar los pasos del agente 007 durante el rodaje de su próxima película en el país. Según el acuerdo del que se hace eco [un portal web especializado](#) en impuestos, Tax Analysts, Sony Pictures Entertainment y Metro-Goldwyn-Mayer Studios Inc. (MGM), que realizan [Spectre](#), habrían accedido a cambiar detalles en el guion del filme de James Bond tan solo un mes después de haber acordado comenzar el rodaje. El motivo: acceder a los incentivos fiscales propuestos, porque la película se ha convertido en una de las más caras de la historia.

Estos correos electrónicos formarían parte de los documentos hechos públicos después de que unos piratas informáticos se infiltraran en el sistema informático de Sony hace unos meses y [difundieran infinidad de archivos](#). Los productores también denunciaron en su día el robo del guion de la película.


"Los correos electrónicos sugieren que el presupuesto de la película puso en una posición tan delicada al estudio que se permitió ceder un cierto nivel de control creativo a burócratas extranjeros", dice el artículo.

El argumento original de *Spectre* sitúa a James Bond en México para atrapar a un asesino llamado Sciarra que pretende aniquilar al jefe del Gobierno del Distrito Federal. Las autoridades del país habrían exigido que este fuera intercambiado por un líder internacional y que en ningún caso, el criminal tuviera nacionalidad mexicana. Además, el papel de la mujer que aparece en la habitación de hotel desde la que 007 comienza su búsqueda debería ser interpretado por una actriz del país anfitrión y la policía mexicana no podría aparecer en la película, por lo que debería intercambiarse por una "fuerza de seguridad especial".



"No es raro que los incentivos vengan sujetos a una serie de cláusulas", prosigue el texto, "pero los cambios de *Spectre* parecen ir mucho más lejos, ya que el estudio permite a las autoridades mexicanas tomar decisiones de casting o dictar la nacionalidad de los personajes".

En total, la cinta contempla incluir cuatro minutos de secuencias en la capital mexicana, para lo cual se necesitarían nueve días de rodaje en la ciudad, ha informado el diario Reforma. Los documentos desvelados especifican también que en el caso de incluirse tomas aéreas de edificios modernos del Distrito Federal, la producción recibiría un apoyo extra de seis millones de dólares.

Se adhiere a los criterios de  **The Trust Project**

[Más Información >](#)



ENTREVISTA A JESSICA ESQUIVIAS PRESIDENTA DE MEGA BODY PAINT MÉXICO

Realizada: sábado 8 de septiembre del 2018

Lugar: Casa Nextengo, Azcapotzalco.

Duración: 1 hora y 34 minutos.

E (entrevistador): Guadalupe Alejandría Copado Vences

JE (entrevistada): Jessica Elizabeth Esquivias Rodríguez

Externos: persona 3 y maquillista.

E: ¿Cómo le fue en gobernación?

JE: Pues en la Secretaría de gobierno, complicado, este, eh... ya metimos de nueva cuenta los oficios porque de palabra ya está todo arreglado, todo solucionado, pero pues va de palabra a que realmente sean las cosas. Y de repente te dicen: "sí, no sin problema puedes hacer todo lo que ya está estipulado". Y como no está por escrito, el día del evento te dicen "qué crees que siempre ya no". Entonces... eso es en lo que... estamos enfocando en que sí nos lo autoricen para que no haya ningún problema.

E: Pero de no permitírselo en el Zócalo, ¿volvería a ser en Bellas Artes?

JE: ¡Sí, sí! Terminamos completamente en Bellas Artes. No, no, nos dejaron llegar al Zócalo sólo a Bellas Artes. Sí, yo creo que va a quedar bien, ¡va a quedar bien! Va a ser un año muy ajetreado, una Mega Procesión muy complicada, por... por todo lo que hubo este año, podemos sacar a flote completamente.

E: Sí los otros años se pudo, porqué este no.

JE: Sí, por qué este año no. Si los otros años se pudo, porqué este no. ¡Sí, sí va a quedar bien! Estoy así completamente convencida, antes era muy de estar yo toda nerviosa y ahorita digo sí si estoy nerviosa, si estoy angustiada de muchas cosas que faltan pero ya este... estoy como que más tranquila, bueno tiene que salir. Tenemos que ver lo que se pueda resolver hasta ahorita va en marcha, lento pero bien.

E: ¿Y ya sabe cuántos maquillistas va a tener este año?

JE: Ya, llevamos como unos 25, va a haber unos 25 maquillistas aproximadamente. Yo creo que vamos a cerrar este año como 100, el año pasado tuve 185, 186 maquillistas y yo creo que este año voy a cerrar en menos, 100 o 120 maquillistas aproximadamente. Sí, para no estar ahí con sobre población de artistas ja,ja,ja.

E: Más todos los piratas que tiene ahí ja,ja,ja.

JE: ¡Sí! Más todos los piratas que llegan ahí. Sí, entonces ahorita estamos con los *castings*, hace ocho días tuve mucho más, estaba lleno. Mañana yo creo que va a estar mucho más bastante. Como es domingo, entonces toda la gente que se dedica a maquillar por lo regular los sábados trabajan. Entonces, este los domingos ya es cuando se vienen al *casting* vienen más.

E: Es que me ha pasado que invito a mis amigos y se confunden con la Mega Procesión y el Desfile de la Ciudad de México.

JE: ¡Sí, todo mundo está así ahorita! ¡Ese es otra!

E: Pero en el de la Ciudad de México no está ¿o sí?

JE: Sí, ese día estamos pero en Bellas Artes.

Maquillista: ¡Yo no sabía! ¿Pero también catrinas?

JE: Sí, sólo catrinas.

E: ¿Y en ese también solicita el permiso?

JE: Sí, si también pido permiso.

E: ¿Y ese lo pide en Bellas Artes, al INBA o a quién?

JE: Este como maquillamos con Ángela Peralta, ella está ahí con Bellas Artes y es también de la Ciudad de México, pues también está.

E: ¿Y mete el permiso al mismo tiempo?

JE: Sí, tengo que meter los dos. Siempre el desfile del gobierno lo hace después que hago catrinas, ¿no? Por ejemplo: el Desfile de Alebrijes lo hacen un día antes de catrinas. Lo de los *zombies* lo hacen cuando se les ocurre, o sea, lo pueden hacer en septiembre, octubre, noviembre cuando quieren. Y este el del gobierno siempre va una semana después del mío pero en sábado, es decir, el mío es en domingo y el del gobierno es en sábado.

E: Es que yo como he ido a los dos siento como que se ve más tradicional el de usted, como que se ve donde más la circunstancia de lo cultural.

JE: Ayer le estaba hablando a una persona que me decía que estaba hablando con esta persona de gobierno, bueno, en cuanto vino James Bond estaba en la idea de catrinas de hacer su desfile, pero que después malamente tomaron a gobierno a la película de James Bond para hacer un desfile. Y les digo, es que es cuando te das cuenta, que tomas las cosas mal, porque que gobierno tenía todo para hacer un súper desfile y ponerle desfile de Día de Muertos, ¡pero no! ¿Cuál fue su publicidad así magna mine? Decir: “con los accesorios de la película de James Bond” y entonces convierte, ¡a no! Pusieron... ¡La publicidad era... “un desfile a la James Bond” todo! Del primero que salió, dije: ¿qué relación tiene? tenías todo para hacer un mega desfile de Día de Muertos de la Ciudad de México y circo y ta,ta,ta, ¡pero no! Y de repente salen con que...

E: Que por inspiración de James Bond.

JE: Y que porque salió en la película, ¡híjole! Y ahorita para quitarle el título de lo del desfile de James Bond al desfile de la Ciudad de México va a ser muy complicado. Sí ya todo mundo te dice “es que queremos ir al desfile de los de James Bond”. O sea, a mí me llaman agencias de viaje y me preguntan; “¿Cuándo es el desfile de lo de James Bond?” ¿Y cuándo es el de ustedes?” y yo... “¡es que no hay desfile de James Bond aquí! (sí, el de Día de Muertos) y yo... ¡ay, ay, ay! Yo reitero no, no hay ningún desfile de James Bond aquí en la Ciudad de México hay de Día de Muertos y es el siguiente sábado.

Persona 3: Sí, es que el mismo gobierno es el que lo fomentó cuando no se fijó en la parte cultural que lo vieron de afuera para adentro y no de adentro para afuera.

JE: Y ahora con esta persona nos dijimos “qué bueno que vino James Bond, que bueno que hicieron poco porque nos dan un realce y hacen que el mundo. Una cosa es que nuestras fuerzas este queramos hacer que esto luzca como lo hicimos el primer año, pero el segundo año obviamente ya que vienen a agarrar lo James Bond, pues ya voltean no más a ver que... que estamos haciendo y ya lo sacan. Pero que gobierno tomen malamente la iniciativa de ponerle así a un desfile que no se acentué y que no digas no “traemos cosas que utilizamos en la película” pero es un desfile de la Ciudad de México, o sea,

enfaticar no lo hacen. Digo, o sea, esta padre que por ejemplo ahorita con esta película de *COCO* va a venir medio mundo, entonces, nos conviene a final de cuentas como mexicanos una por el turismo y otra porque obviamente se realzan nuestras tradiciones y nuestra cultura y eso lo retomamos del Día de Muertos y ya la cosa no es *Halloween*. Porque el turista va a venir a ver Día de Muertos y estamos obligados como ciudadanos a mostrar al mundo nuestra tradición, no *Halloween*, no vas a encontrar ahí monstruos o *zombies*, o sea vienen a ver eso tan cual.

E: Señorita Jessica, una pregunta ya que usted está metida en todo esto, preparando su desfile y lo de James Bond; ¿no sabe lo del concurso que se llevó a cabo supuestamente que México concursó para que apareciera en la película de James Bond?, que supuestamente concursó con Nueva York, con Londres y no sé qué otra ciudad, pero que ganó México.

JE: No, no, ni idea. Yo tengo entendido que ya estaba, o sea digo, ya estaba porque vinieron al *scouting*. O sea, qué era eso, que venían a ver la locación, qué más ponían, qué calles, o sea, que que... qué les gustaba de la ciudad para poner a grabar. Pero yo sabía que ya como que México, México no tuviera otras sedes tentativas de la película.

E: Es que viendo la cronología de cómo fueron los hechos de los desfiles me parece que primero estuvo usted, aunque todavía no se hacía tan llamativo.

JE: el primer año, comenzamos en el 2014.

Persona 3: yo haría un paréntesis, es que yo no lo llamaría “llamativo”. No sé, me estoy imaginando simplemente el hecho de que usted se dedique a hacer este proceso de entrada no fue fácil hacer el primero, pero yo no lo veo tan, que no fue tan concurrido, digo que sí fue concurrido, el que no fue difundido esa es otra cosa.

JE: Sí, no tuvimos mucha difusión en el primer año, pero tuvimos alrededor de 1600 personas el primer año, sin difusión o sea sin nada. Puras redes sociales así y conocidos de conocidos de amigos y hasta ahí, alrededor de 1600 personas en el 2014 esa fue la primera Mega Procesión de las Catrinas. Segundo año tuvimos un poquito más de 4 000, tercero 16 000, y el año pasado más de 30 000 personas. Y este año pues esperamos tener más de 60 u 80 mil personas en la Mega Procesión.

E: Una pregunta, y esto de la cantidad de personas ¿cómo lo mide?

JE: Eh... gobierno la mide y la Secretaría de Seguridad Pública mediante no sé qué sistema utiliza la Secretaría para decir que nos bajan números, pero este... tiene un mecanismo la Secretaría de Seguridad Pública. No sé cómo lo manejen que van contabilizando, de hecho nosotros cada que pasamos una glorieta un personal de gobierno nos va diciendo más o menos cuántos números vamos. Entonces, el año pasado cuando llegamos al “Caballito”, íbamos en 16 000 personas, ¡no! 30 000 personas ya cuando llegamos a la Alameda este, dijeron que habíamos rebasado las 30 000 personas, pero porque la gente seguía saliendo del Ángel, o sea que nosotros ya estábamos en llegando a Avenida Juárez y la gente seguía saliendo del Ángel.

E: No, pues si ha tenido un aumento de gente impresionante.

JE: ¡Sí, muy muy importante! Entonces este año esperamos que 60 000 a 80 000 personas más o menos. Yo creo que sí vamos a llegar a las 80 000, espero, confió.

Persona 3: El primer desfile, ¿cuándo dice que fue?

JE: En el 2014 nosotros hacemos las catrinas y al siguiente año en el 2015 vienen a hacer la grabación de *Spectre*, la grabación solamente. Este en el primer cuadro del Centro Histórico y el siguiente año es

cuando sale la película. El segundo año cuando vienen a hacer la grabación de James Bond, nos solita a nosotros Gobierno de la CDMX hacerles un desfile de catrinas, o sea, independientemente del de nosotros querían cancelar el nuestro porque Mancera quería un desfile exclusivo de catrinas de él. Entonces le dije que no, nosotros vamos a hacer nuestro evento y te ayudamos a hacer el tuyo, entonces de ahí viene que a los pocos ocho días en sábado, él hace el primer desfile de catrinas de la CDMX. Pero o sea, nosotros se lo organizamos parte de la administración de la CDMX, ya para el siguiente año cuando sale la película sacan las mojangas y todo el rollo que utilizaron en la película y hacen el desfile que malamente lo nombran o hacen la difusión con James Bond. Y participamos nosotros también en parte de lo de *body paint* y del *face paint* dentro del desfile de gobierno.

E: ¿Y eso se lo solicitó la Secretaría de Cultura?

JE: Sí, la Secretaría de Cultura, así aparecemos en todos los llamados y así en la Secretaría de Cultura.

E: Y es que yo tuve que comprar la película y ver la historia esta del desfile de cómo lo realizaron, pero sí me quedó la duda porque nada más aparecía como entrevistaron a algunos maquillistas, pero se destaca más en el vestuario de la producción de James Bond. Sí, entonces como que destacaron mucho este asunto de... nada más el vestuario y el desfile, pero le preguntaron a la gente cómo se vestían y bueno, hasta ahorita siguen saliendo con la misma idea.

JE: Sí, han seguido con la misma idea. De hecho, el primer año en el Desfile de la CDMX lo que hicieron fue traer una productora y ellos se dedicaron justamente al diseño de imagen, de vestuario y toda esta cuestión de buscar voluntarios para que participaran dentro del desfile. La diferencia precisamente entre el Desfile de la CDMX con la Mega Procesión de las Catrinas es que nosotros hacemos que toda la gente participe... toda la gente participa en la procesión. O sea no sólo, o sea, si hay gente que nos está esperando dentro de todo el recorrido nos está viendo pasar pero toda la gente participa o sea, no hay que “vengo a ver” o a deprimirme de aquel lado. O sea, no ponemos barricadas ni nada, como gobierno sí, que sí se ponen toda la valla para que la gente este como en el 15 o 16 de septiembre que están viendo pasar el desfile solamente y ya. ¡Nosotros no! O sea, nosotros hacemos que la gente haga el desfile, gobierno hace que la gente vea el desfile.

E: Digamos que la gente sea la misma atracción para la misma gente. ¿Y de casualidad no sabrá el nombre de la productora que contrataron?

JE: Estuvo Anima Inc. estuvo en la producción del año pasado y otra que no recuerdo el nombre, pero que tengo por ay el nombre de la productora de una de las productoras con las que estuve trabajando con ellas.

E: ¿Y qué tal? Sí se entendieron, ¿no?

JE: No, nosotras bien. Pero con algunas y otros maquillistas nos veíamos y se nos hacía muy raro, porque decíamos que si nosotros teníamos todos los medios para maquillar en el desfile, contrataron como diferentes compañías de maquillaje. Y nosotros por ejemplo, somos muy estrictos en la cuestión del maquillaje, ya que la cuestión de los materiales, no diamantina porque corta y demás y de repente volteamos a los *stands* donde estaban otros artistas maquillando, por ejemplo, las muñequitas estas de Querétaro, estas muñequitas con los listones y lo demás y les ponían diamantina en los ojos, o sea, estaban llenas. Y les decimos, cómo es posible que traes muy buen maquillaje, sí, pero no tienen técnica y aparte les están poniendo diamantina en los ojos a las chicas, ¡o sea, peligrosísimo!

Pero contrataron gente así, se nos hacía un poco raro, la cuestión de los vestuarios no sé si lo contrataron o si también fueron voluntarios, porque creo que solicitaron voluntarios y raro porque los “guerreros colibrí” que fueron los que nosotros pintamos en el desfile eran chicos *skate* con unas bermudas como

boxeador, con un tapa rabos hecho de cartón con amaranto, unas muñequeras de cartón con amaranto, en el pecho todo el *body paint*, este el tocado era todo muy padre esos sí estaban muy bien realizado. Pero no veía yo como qué tenía que ver realmente con la cuestión de los “guerreros colibrí”, o sea, el maquillaje fue tritono blanco, negro y rojo pero realmente no, no yo nunca le entendí que tenía que ver con los “guerreros colibrí” realmente en el desfile, ¿no? O sea, esta onda con que fueran *skates* con la vestimenta, con el material entonces no sé en qué se basaron, en qué se basó la productora para todo el diseño de vestuario y todo lo demás.

Persona 3: Entonces, a mí con esto ya me levantó una duda... porque veo que cuidan a la parte del porqué las circunstancias y con esto quiere decir que indiscutiblemente la gente que a lo mejor participa en el afán de no solamente darle colorido no en un fundamento cultural.

JE: Suponía que ese año del Desfile de gobierno de la CDMX eh... buscaron hacer toda esta cuestión como de lo prehispánico, luego la colonia y luego lo actual, ¿no? Pero había aparte una mezcla como de muchos de los que participaban en la producción son argentinos, otros son españoles, entonces a mí de repente me brincaba mucho esa situación, porque yo decía “bueno, ¿va a saber más un argentino o un español que yo?”.

Maquillista: de hecho muchos de los que se quedaban en el *casting* eran extranjeros los que estaba ahí dentro de la procesión y para maquillar pues igual también voluntarios, entonces igual y todo se veía hecho por voluntarios. Hay dos compañías una es, no sé qué y la otra es Anima Inc y las dos haces *casting* como que por aparte y sí te quedas y todo pero, es como que por temáticas ¿no? Entre menos te muevas quedas en un papel, ¿no? Entre más te muevas quedas en otro papel o incluso preparando catrines. Era prehispánico, la conquista, o sea, que era como histórico era como que muy de historia en lugar de las tradiciones y así. Y de los dos eran por separado y ya en el desfile se juntaban, entonces al final se veían dos empresas.

JE: Sí, porque una era Anima Inc que ellos son contratados por el Gobierno Federal, Anima Inc, está la dueña de la empresa es hermana del que era secretario de Hacienda, no recuerdo ahorita el nombre de este hombre, pero pues ella es... tiene vínculo con precisamente con el hijo de Salinas y la que contrató directamente el Gobierno de la CDMX. No recuerdo el nombre de la productora que fue con la que estuvimos nosotros que tengo el contacto con la producción. Pero pues a final de cuentas este... extranjeros. Y tú veías personas que estaban haciendo el diseño del vestuario y argentinos y españoles, ¿y decía... y nosotros? A mí me están dónde, yo que soy precisamente la que me dejan el mayor número de catrinas, esto y lo otro tanto como que... vas a maquillar esto y lo otro y o sea, esto es el desfile y me están diciendo “tu maquillas esto” y de repente los de diseño de vestuario ves que lo está haciendo un argentino y que el maquillista ya es otra agencia de maquillaje pero que no tiene ni la más remota idea, de porque es amiga del amigo de no sé quién, de no sé cuál meterla y empiezan a meter así gente que ni al caso a la producción.

Entonces hubo muchos conceptos muy buenos y muchos otros que no entendí, o sea que sí eran medios raros. Pero a final de cuentas quedó muy bien el primer Desfile de la CDMX, el del año pasado no lo vi, o sea, nosotros nos dedicamos literal a estar maquillando en Bellas Artes a la gente que participaba, entonces realmente no vi ni que hubo, ni que no hubo en el desfile del año pasado. Pero digo viene a raíz de hacemos la primera, hacemos la segunda y pues se cancela y Mancera quiere sus catrinas, tercero pues ya viene el desfile de James Bond, ya viene el segundo Desfile del Día de Muertos de James Bond y este año pues a ver cómo se va manejando. Porque a final de cuentas, digo, toda la gente sigue manejando lo mismo, sigue con... “quiero el Desfile de James Bond”. Y en redes sociales por ejemplo no faltan muchos que dicen “no es posible que tuvo que venir James Bond a enseñarnos a hacer un evento de Día de Muertos” y les digo: ¡o sea, no! Nosotros nacimos antes que viniera James Bond a

grabar, o sea, no hay comparación eso ya es otra cosa. A gobierno se le prendió la idea, ¡ya que vinieron a grabar y dijeron ya! Mira, sí, si hay como un qué podríamos hacer para que venga más turismo, pero la idea inicial, o sea, surge de Mega Procesión de las Catrinas.

E: ¿Su evento fue antes o después de la película del *Libro de la vida*?

JE: No lo recuerdo.

E: Me parece que la película del *Libro de la vida* apareció en el 2014 que se estrenó.

JE: No, no recuerdo... porque me han preguntado, pero nunca me... es que... no he visto la película, entonces no me... Conozco "La Catrina" y eso porque ha estado en la procesión, si no, ni...pero no sé en qué año salió. Sí, salió en 2014 que se estrenó en la CDMX.

E: Sí, porque hasta ahorita yo también he visto que en todos los desfiles hay una catrina del *Libro de la vida*, siempre, siempre, siempre.

JE: A mira, que chistoso esa se estrenó antes que nosotros, esa se estrenó el 16 de octubre del 2014. Nosotros si no me equivoco, fue en el 26 de octubre de 2014, la primer Mega Procesión de las Catrinas. Pero te digo yo no tenía ni idea de esta película. Después me empiezan a decir, "oye que el *Libro de la vida* que esto y esto y que no sé qué" y yo así de...

E: Es que posiblemente se lo comentan porque en una parte de la película supuestamente el protagonista va al mundo de los muertos y hay un desfile donde están ahí con carros alegóricos y conoce a todos sus familiares ahí en el desfile.

JE: ok...

E: Por eso le preguntaba.

Maquillista: Bueno yo vi que hacían mucho la comparación con esta película y *COCO* también.

JE: sí.

Persona 3: Pero yo diría que no tiene nada que ver.

E: bueno es que la duda aquí también era porque investigando un poquito de la película del *Libro de la vida*, resulta que la hizo Guillermo del Toro y varios productores que pidieron mucha influencia mexicana para realizar la película del *Libro de la vida*, entonces como que surge esta duda de si tenía que ver con usted.

JE: Pues no, te digo... yo no, de hecho siempre que me decían "oye, ¿tiene que ver con el *Libro de la vida*?" y yo de "no"... y yo decía, pues ¿que no esa es una película de Brad Pitt o algo así? Pero yo no daba y no daba... entonces yo de... ¿y qué tiene que ver con esto? ¿No? Y yo no sabía, pero este... ya después que vi esa catrina y vi y me decían: "no es que la catrina del *Libro de la vida*" ah... Ya vi el dibujo y dije "ah mira, ¡qué bonita!" y desde cuando estoy... algún día voy a ver la película del *Libro de la vida*, no he podido verla. O sea, no he podido verla, si para ver *Coco* la fui a ver ya que iba a salir de cartelera porque toda la temporada estuvimos ocupados y ya cuando este... de hecho yo hasta quería ir maquillada y toda la cosa y caracterizada para todo y ver a *Coco*; no pues ya nos lanzamos un día así como de ya... casi a media noche porque ya no, ya la iban a quitar y si no íbamos ahorita ya no la iba a ver.

E: ¿Y si le gustó?

JE: Sí, si me gustó. Creo que retoma las cosas de la cultura mexicana muy bien con mucho respeto eso es lo que me gustó. No es una película que así tampoco diga... “¡Guau, no bueno! ¡Se volaron la barda! y nos dieron al mundo, porque probablemente ante nuestros ojos lo vemos muy común, algo muy normal, tan maravilloso, ¿no? Este... eh... muy mal que pongan que el niño se maquilla con grasa de zapatos y eso nos da en la torre a todos los maquillistas y van a creer que puedes hacer eso, entonces a veces esas pequeñas cosas tan insignificantes te das cuenta que son de importancia; porque imagínate un niño que agarra una grasa de zapatos y con esto lo hizo, ¿no? ¡Ahí estoy! Entonces son pequeños detallitos que deberían de cuidar, ¿no? Pero este obviamente son películas, son Disney y lo que quieras y es imposible que a lo mejor tengan un asesor que les diga “oye este detalle no, porque... Se tiene que cuidar esto” (y más porque es un público infantil) entonces yo cuando vi eso, o sea mi primer reacción fue... “no inventes, cuántos niños se van a maquillar con grasa de zapatos, ¿cuántos?”.

Maquillista: y sí parecía pandita.

JE: Ja,ja,ja, sí y parecía pandita. Es lo que pasa en México, cuando la mayoría hace catrines o catrinas y que no saben maquillar y parecen panditas, entonces...

Persona 3: ahorita que estas mencionando el *Libro de la vida*, digo, la similitud puede ser si acaso el desfile, pero nada que ver en cuestión de sí... Ocupan mucho la música de los *Beatles* y sacan mucha música en inglés, esta musicalizada en inglés y es donde yo no entiendo lo de que “el toque mexicano” y para “enaltecer la cultura” y la musicalizan con inglés de hecho las canciones que hacen los personajes son en inglés, eso por un lado... y por el otro, meten algo muy a mi punto de vista algo a fuerza la circunstancia de los toros porque el personaje es matador de toros como si eso fuera algo “muy mexicano” cuando no lo es, yo por eso dije... *Libro de la vida*... Entiendo el concepto y que fue un intento de... pero no, de ahí esa rivalidad que se creó con *Coco*, porque... deben apoyar la mexicana, pues la mexicana no era tan mexicana y perdón que lo diga, pero *Coco* sí adaptó y con muchísimo respeto de hecho lo dijo así... “es un tributo de amor de lo que es México” y uno dice “ay caray”... Por eso ahora que vea el *Libro de la vida*... Ojala y no se espante va a ver que esta musicalizada en inglés.

JE: y me voy a poner de tarea verla en estos días, porque sí llevo desde el 2014 verla y no he podido.

Persona 3: y si enseña ¿no? Hasta el lado constructivo.

JE: Y sí, todos preguntándome si ya había visto el *Libro de la vida* y yo de... ¡No, no tengo tiempo! entonces con *Coco* si fue de “no, tenemos que ir y vamos”. Este, pero realmente que fui, no el *Libro de la vida* no la vi, con James Bond tampoco la he visto, ¿no? Entonces también un día de estos me voy a sentar a ver *Spectre*.

Persona 3: lo que si tiene el *Libro de la vida* es que el personaje principal es “La Catrina”.

E: Sí, fue el que resaltó más.

JE: Ahora que este año con lo de *Coco* yo creo que nos van a pedir mucho la “píntame de Coco”, ¿no? Pero... un panda que es más fácil, pero no. Esto no van a querer, la otra la como la de la mamá, la de... Mama Imelda, este para... yo creo... como para maquillarse va a ser como que lo más común nos van a pedir este año. Va a estar como que complicado pero bueno, pero este para la importancia de este año es decirle a la gente, “no somos *Coco*, no somos James Bond, o no somos *Libro de la vida*; ¡somos México!” y México es inspiración para que ellos hagan eso y no al revés.

O sea, no la... el *Libro de la vida*, no James Bond, no *Coco*, no inspiran a los mexicanos es todo lo contrario; ¡México inspira al mundo! Para que haga cosas sobre nuestra cultura porque el mexicano aparte de que sí somos bien “malinchistas”, este sí es una onda como de “¡ah! es que si ellos la ponen

así es porque”, ellos lo están promoviendo pero ya no es de nosotros, ¿no? Y regresamos a lo mismo, o sea, ¿por qué James Bond tiene que venir a enseñarnos cómo hacer un desfile de Día de Muertos? Y yo... ¡No! Desde siempre lo hemos sabido hacer pero ¿qué creen? Que lo olvidamos. Y tuvo que venir precisamente una producción de ese nivel para que el gobierno, para jalarle la oreja y decirle, o sea, nosotros lo hicimos y no le interesó a gobierno ¿no? O sea, ¡ya estábamos! Pero tuvo que venir una productora extranjera a mover y para ellos dijeron “ah... mira sí funciona, así deberíamos hacer un desfile, ¿no?”.

Persona 3: una pregunta y va a ser entre nosotros... te lo digo porque lo que está diciendo es cierto, ¿no? O al menos nosotros que trabajamos en el sector cultura la comprendemos re-bien que es cierto, sí usted y es una pregunta que acá... sí usted esto lo comentara ¿tendría represalias?

JE: ¡Sí! Ahorita, con esta administración sí. Ya que se vayan ya me voy a descolgar porque si ha sido muy mala, ha sido muy mala en esta cuestión cultural de que a los que producimos, a lo que produce el mexicano, consume mexicano y... de una producción gigantesca da un desfile y te dicen “tú vas a maquillar a estas 40 personas”, ¿no? Y dices “a ver, ¿no te estás dando cuenta de lo que yo también manejo?”, o sea, por qué tienes que traer producciones extranjeras a que venga a meter la mano en algo que es nacional que nosotros podemos y hacer que nosotros podemos aportarle a las ideas. Tenemos historiadores, tenemos todo para hacer un súper desfile de Día de Muertos realmente histórico ¿no? O sea, de lo que es la tradición, de donde vienen, que esto, que el otro, de la conquista, o sea, ¡todo! Y no. Hay que dárselo al extranjero para que el venga y lo produzca.

Persona 3: yo estoy notando que usted no lo hace con un fin de lucro, al contrario usted habla de respeto cultura, pero la duda que yo tendría como ese mismo mexicano, con esta cultura, usted está protegiendo los derechos.

JE: Mega Procesión de las Catrinas como tal es una marca registrada, ¿no? Ya está como que, que llegue cualquiera y te diga... y yo también lo hago ¿no? Y pues sí, pero a mí me costó mucho trabajo hacerlo de hecho así lo bautizaron como “la tradición más viva de México” a la Mega Procesión de las Catrinas y dije ¡ay, qué bonito! Y ya lo pongo así, pero este... más allá de que sea una marca registrada la Mega Procesión de las Catrinas, es una nueva tradición ya de México. O sea esta ya es el quinta, entonces ya los periódicos, ya las revistas, ya los medios, ya nos ponen así, “esta nueva tradición de la Ciudad de México, de México” la Mega Procesión de las Catrinas eso es lo que quiero. O sea, que quede este legado que deje huella y que la gente lo retome. Y que el día que no esté Jessica Esquivias para organizarlo, llegue alguien más y lo tome y diga, “¡vamos a continuarlo!” ¿No? A lo mejor llega mi hija o a lo mejor ni le gusta y alguien más me dice “oye, ¿yo puedo seguirlo?” ¡Órale! Ahí está la estafeta y sí, síguelo. La cuestión es que siga y que no se olvide lo que somos, de dónde venimos y hacia dónde vamos, ¿no?

Porque cuando perdemos nuestra raíz perdemos todo. Y el mexicano en esta cuestión cultural, tradicional del Día de Muertos y más ya se había perdido totalmente, todo era *Halloween* aquí en la Ciudad de México. O sea, tú no decías, “ay, voy a una fiesta de Día de Muertos”, o sea, tú... “es que voy a un *Halloween*”, ¿no? Y entonces como que... ah... ¡ok! O sea, que ibas al “súper” y no encontrabas una este... un adorno que dijera “Día de Muertos”, o sea... *Halloween*, gigantes en Sam’s y en todos así. Que ibas al mercadito de tu colonia y encontrabas las máscaras de *Jason*, de Freddy Cruger y todo lo que es *Halloween*; ya no encontrabas ni calaveritas de azúcar y ahorita estamos retomándolo, ¿no? Y esta otra vez retomando y estas otra vez enseñándole a la gente lo que es nuestro.

Es que dicen “¡ay! es que ya chotearon las catrinas” es porque está de moda, o sea, ¡no, no, no! No es que estén de moda, es que son lo nuestro. Es como si dijéramos, “es que el sarape se puso de moda en

1910”, no mijo ¡es de nosotros! O sea, eso lo vamos a tener toda la vida. O sea, independientemente de la época, el sarape es nuestro, el tequila es nuestro, o sea, no es una moda, ¡es nuestro! ¿No? O sea, a ver ese ¿por qué no pasa de moda? Ja,ja,ja ¿no? Entonces todo esto, como ahorita el mezcal es nuestro. Entonces, ¿qué tenemos que hacer? ¡Promoverlo! Y sí es muy importante promoverlo en el extranjero pero es mucho más importante promoverlo aquí. O sea, yo creo que lo más importante es promover la cultura de tu país, llevas catrinas a Rusia y todo el mundo y si muy padre, ¿y en tu país? No, no estás haciendo o no lo estás haciendo como lo deberías de hacer.

E: No es para el público que debería...

JE: ¡así es!

E: y ¿qué le parecieron las catrinas que estuvieron en el mundial?

JE: muy bien vestidas, pero muy mal hechas, eran panditas. O sea, me dio mucho coraje porque... me regreso a lo mismo, si vas a llevar a otro país a exponer tus catrinas y todo pues buscas a alguien que las maquille bonito, que las sepa hacer bien y no minimizas en el gasto de decir, “bueno me voy a llevar a cinco que maquillen feo” y dices ¡órale! Pero como me voy a maquillar uno caro, pero que me las va a dejar bien e impecables a todas, ¡pero no! Siempre están buscando el reducir, el no gastar tanto y eso lo único que hace es que siempre tenemos esa imagen de mediocridad, ¿no? Del mexicano, de que lo hace ahí al “ay se va” y Mega Body Paint México no lo hace al “ay se va”. O sea, tienen que estar bien hechas, si no están bien hechas, no eres parte de Mega Body Paint. O sea, no puedes participar, porque para mí sí es muy importante que digamos, “ay con que la gente intente maquillarse de catrina ya sería suficiente”, o sea, ¡no! Si lo vamos a hacer, hagámoslo bien. Si no, ¿para qué lo hacemos? O sea, no podemos hacer la marcha de los pandas... de los “pandas diabólicos”, o sea, perdón pero ¡no! O sea, organizamos la Mega Procesión de las Catrinas y como tal tienen que ir bien hechas las catrinas.

Persona 3: y entre este proceso que realizan y ¿en qué momento o quienes se involucran como gobierno? Como gobierno de la CDMX obviamente, pero de estas Secretarías ¿quién?

JE: Para la Mega Procesión realmente ninguna instancia se involucra, ninguna quiere involucrarse. En años anteriores ha estado la Secretaría de cultura apoyándonos con algo de logística sí, CDMX solamente. La federal nunca se ha involucrado, la federal nunca, sólo la CDMX, pero sólo la Secretaría de Cultura, sólo la Secretaría de Cultura, sí, la Secretaría de Turismo nos da algo de difusión en sus redes. Pero de repente se ve en la página de la Secretaría de Turismo: “así se vivió la Mega Procesión de las Catrinas” pero no ponen quién la está haciendo. Entonces la gente cree que es un evento de gobierno porque andan anunciando las instancias gubernamentales, pero no están poniendo quién lo hace, quién al organiza. Entonces hay que entrar a *twitter* o a *Facebook* a las instancias y poner: “gracias a la difusión del evento organizado por Mega Body Paint México”. Porque toda la gente “ay, ¡qué bonito le quedo el desfile de catrinas!” y yo... o sea, eso no lo hizo gobierno, al contrario, no quería que se hiciera, ¿no?

E: o sea, se les está dando publicidad gratis.

JE: sí, ¡exacto! Promoción al Gobierno de la CDMX.

Persona 3: y bueno, sabemos cómo somos, como... y sobre todo, cuando las cosas salen bien.

JE: Aja, sí.

E: y ¿cree que le hayan quitado el apoyo por darle más difusión a su desfile?

JE: ¡sí, totalmente! por ejemplo, el año pasado fue súper complicado porque llego a la reunión de gobierno que es donde les expongo todo lo que vamos a hacer en la Mega Procesión y de repente nos dicen “y como cada año, una semana antes del desfile de gobierno... las catrinas”. Entonces yo le dije... ¡uy, qué efusiva! ¿No? Y yo me pare y fui a “como cada año, desde hace cuatro años antes del desfile de gobierno”, ¿no? O sea, están las catrinas, ¿no? O sea, perdón pero nosotros empezamos dos años antes de que se les ocurriera a ustedes. ¿No? Antes de que vinieran a enseñarles cómo hacer las cosas, ¿no? Y entonces sí hubo como que un choque de... es que ellos lo hacen antes que nosotros y siempre querían que nos fusionáramos. O sea, que yo hiciera mi convocatoria de la Mega Procesión de las Catrinas para el Desfile de gobierno. O sea, hacerlo como junt pero no revuelto y que fuera del gobierno, ¿no?

Persona 3: o sea lo mismo, pararse el cuello.

JE: ¡Aja! ¿No? O sea, sí convoca y hace todo Mega Body Paint México pero es el Desfile del gobierno, uno de la CDMX y otro, pero somos independientes y como independientes también nos vamos a seguir manejando.

E: ok, muy bien. Otra pregunta que también siempre me ha surgido: ¿por qué le llama Mega Procesión?, ¿por qué no le quiso poner desfile?

JE: se me hacía muy aburrido el desfile, entonces... es que el desfile es eso, o sea, tú estás viendo como los demás van pasando y tú nadamas así de “ah, hola”, o sea, pero tú, pero tú no te involucras. O sea, cuando vas a un desfile tú no te involucras sólo eres espectador. Yo vivo sobre av. Cuitláhuac, entonces es el camino hacia “La Villa” por desgracia. Entonces, en las madrugadas o cuando vienen los peregrinos y todo ese rollo, hacen sus procesiones, o sea, a la Basílica y yo los veo como ay van todos ahí echando relajo y cantando y todas sus cosas raras y este van a La Villa, ¿no? Yo siempre los veo y digo “¡ay qué horror esos!”, ¿no? Pero bueno, después cuando sale la idea de hacer algo yo dije... “una marcha de catrinas” pero... la ciudad ya está harta de marchas y ahora, ¿hasta las catrinas marchan? No, pues no. Y dije va a ser contraproducente el nombre, porque ya la gente está harta de las marchas, ¿qué podemos hacer? Entonces dije... mmm... el desfile no, es que el desfile no te involucras, o sea no es como incluyente. Entonces recordé como precisamente estás procesiones hacia “La Villa” y cómo van a sus santos y dije ah... “Es algo más típico, algo más nuestro, ¡una procesión de catrinas!” y como somos Mega Body Paint México, Mega Procesión de las Catrinas.

Persona 3: ya entendí, entonces el nombre de procesión da un aspecto cultural, pero también de solemnidad a una ceremonia digna de...

JE: Cuando se me ocurrió la idea de hacer la Mega Procesión, este y decir “no marcha, no desfile, no caravana de calaveras, no nada de eso” mi idea de hacer una procesión es algo muy nuestro. O sea, el mexicano le encanta andar de procesión en procesión de aquí pa’ allá que a La Villa, que a la iglesia de fulano, que a la... es muy tradicional y muy solemne. Y también la hacen por ejemplo de las procesiones que hacen para los funerales de la iglesia al panteón, ¿no? Y se va precisamente o sea, cargando al difunto y va todo el pueblo haciendo la procesión hasta... hasta el panteón, cantando y rezando y se une todo el pueblo cantando desde la iglesia hasta la llegada al panteón y todo el pueblo se suma. Además, es en los pueblitos, obvio aquí en la ciudad no hacemos eso, aquí le hablas a Gayosso y ya mañana te entierra, y luego te saca si no pagas. Pero en los pueblitos llegas a la iglesia, te dan tu misa y todo, te cargan y van contigo por el pueblo, por las calles que tú caminaste, por las calles que tú recorriste hasta dónde vas a descansar. Entonces tú último camino y da inicio esa procesión.

Persona 3: esto que está comentando y gracias, porque digo todo lo que hay detrás de todo esto, usted está comentando todo este reconocimiento porque hay quienes lo ven es una situación de “¡ah y todavía lo pasean!”, ¿no? No, no es un paseo, es una procesión por los lugares que caminó; es un respeto entonces hay que darle ese giro que usted está haciendo.

JE: O sea, no, no, no están paseando al muerto. O sea, son los lugares por donde él paseó es su último recorrido es a su última morada. Entonces, cuando todo el pueblo, toda la gente se une y acompañan al difunto todo el tramo, donde suelen hacer eso es en Oaxaca en pueblitos así, este... Dicen “¡que padre!”, como tiene esa solemnidad y ese respeto para llevarlo a su último lugar donde va a descansar y para mí eso es la Mega Procesión de las Catrinas. O sea, hacer este recorrido del Ángel que es un monumento muy emblemático para mí, ¿no? La Victoria Alada, que realmente así se llama. Todo mundo le puso “el Ángel de la Independencia”, pero se llama “La Victoria Alada” porque para mí es una victoria poder realizar la Mega Procesión de las Catrinas. Por eso yo lo hago ahí en el Ángel de la Independencia y ahí he tomado... de hecho, el logo de Mega Body Paint México es el Ángel de la Independencia, aparte del Ángel de la Independencia entonces tiene por ay varias opciones el logo de Mega Body Paint México. Pero es parte del Ángel de Independencia, como parte de mi identidad como marca, pero el salir de ahí y cerrar en Bellas Artes el primer año, para nosotros como artistas y lo digo como artistas, ya me pongo esa palabra como primera vez; es decir, el maquillaje ha sido algo que siempre ha sido hecho menos, no se ve como un arte y nosotros Mega Body Paint México y su servidora siempre ha tratado de dignificarlo y que el maquillaje corporal y el maquillaje facial sea reconocido realmente como un arte. O sea, no nada más “ay sí, se pintaron”, “ay un pintacaritas, ay hazlo tú”. O sea, es un arte y se estudia para esto, hay un mundial de *body paint*, ¿no? O sea, el maquillaje facial, no somos maquillistas así cualquiera, o sea, te capacitas, te profesionalizas, estudias para... (Morfología) ¡Sí! O sea, todo. Ser un maquillista profesional, un artista del *body paint*, un *bodypainter*, en otros países son muy reconocidos y aquí en México no se conoce, “ah... pintas gente, ah...”, o sea...

E: Y ni siquiera optan por usar la palabra maquillaje, o sea, “te pintas”.

JE: ¡Aja! Te pintas y “equis” entonces eso también es dignificar y llegar a Bellas Artes el primer año para nosotros fue eso, el decirle al mundo: “los de la primer Mega Procesión, ¡aquí estamos! El maquillaje está vivo, el maquillaje es arte y es parte de nuestra cultura el maquillaje como tal”. O sea, desde nuestros... desde... la cultura prehispánicas los maquillajes existen, en todas las culturas no te voy a decir que solamente en México, en todas las culturas. Pero, ¿por qué siempre hacerlo menos? ¿Por qué no darle la importancia de lo que es? O sea, porque antes precisamente el maquillaje facial era para denotar tu posición económica, o sea, con eso sabías de qué clase eras, este con los aztecas, los mayas y más... o sea, todo eso era para ver a qué familia pertenecías, ¿no? De qué rango eras, ¿no? O sea, si pertenecías a la... ah... a los grupos armados precisamente.

Persona 3: o sea, sí lo tenían claro.

JE: Si eras guerrero, si eras... O sea, tenía un significado el maquillaje y de repente ya se volvió el maquillaje como algo muy común y corriente y que es para que nos veamos bonitas y san, san, se acabó. En las mujeres y los hombres ni de chiste que se lo pongan cuando realmente el que lo utilizaban mucho más eran los guerreros, el que utilizaba el maquillaje siempre era el hombre más que la mujer. Entonces, este... porque marcaban rangos y de repente se pierde esta cuestión de darle esa importancia al maquillaje y dejarlo como algo “equis” en la historia de la humanidad; como tal y no solamente en México y no darle esa importancia que le damos nosotros ahora como maquillistas. Nosotros cuando hacemos *body paint* o *face paint* estamos dando vida al arte, estamos haciendo una obra viva, estamos pintando un lienzo vivo; entonces no es lo mismo pintar una pared o un lienzo ahí en frente que pintar un ser humano,

que tu cara transmita algo, que tu cuerpo transmita algo, entonces... eso... eso es lo importante de Mega Body Paint México y de la Mega Procesión, por eso al llegar a Bellas Artes fue el “aquí estamos”.

E: somos arte, cultura y tradición.

JE: ¡Exacto! Y todo mundo me dijo “y entonces ¿por qué se llaman Mega Body Paint México?” sí, sí mucho querer rescatar el arte el nombre en inglés. Pues porque primero se me ocurrió el nombre y después el proyecto ja,ja,ja. (*lo registró), lo registre y ya sobre esa línea yo fui metiendo todo, pero no tiene nada que ver el nombre con todo lo que estamos nosotros (*con la idea principal) sí con la idea precisamente con nuestra misión de rescatar todavía nuestras tradiciones, nuestra cultura y fomentarlo en niños y jóvenes.

E: no y hasta ahorita ha hecho un buen trabajo, ya que todas las niñas quieren ser una catrina.

JE: ¡ay sí, eso es precioso!

Maquillista: ah... y luego a esa Mega Procesión llegó un hombre maquillado que dije “ay no!”.

E: señorita Jessica, otra pregunta, bueno aparte de las muchas que le he hecho ah... ¿por qué cambia de sede para hacer su *casting*? O sea, ¿no tiene un lugar fijo?

JE: No tengo un lugar fijo como tal de Mega Body Paint México no tiene oficinas, no tenemos este... como una sede o algo entonces voy rolando los lugares donde estas oficinas son de un amigo mío que fue delegado de aquí de Azcapotzalco. Le pedí obviamente la autorización y le dije, “oye mira, necesito hacer los *castings* y ahorita con las lluvias y todo no me quiero ir a Reforma o a algún otro lugar, entonces dame chance y estoy aquí... ¡ah... sí, hazlo!”. Entonces me da como que toda la facilidad para el espacio para hacerlas con calma que ellos se acomoden a gusto y esta el lugarcito cerrado y de mas, los sábados que tiene fiestas ¡pues ya! estamos acá pachangueando aparte, los domingos esta relax. Pero este... por ejemplo, el día que lo hicimos en Tlalnepantla lo hice especial para el Estado de México, ¿no? O sea, nos llegaron poquitos y ahorita todo mundo está: “¿cuándo, cuándo en el estado?” y yo... o sea, hice uno, anuncie uno y ya se amolaron, o sea, ahora van a tener que venir hasta acá si quieren hacer el *casting*.

JE: El otro día pasaba yo los datos y que algunos de los maquillistas llevan conmigo los cuatro años y ya con esta es la quinta edición; o sea, que han estado en todos y no se van. O sea, hay muchos que no son profesionales y que van porque creen que ese día van hacer su agosto: “ah sí, voy a ir a pintar a 50 y me voy a llevar una lanota” y dices “¡no inventes!” Puedes pintar uno y más si vas con esa mentalidad. No me preguntes porqué, pero la gente que va como con esa mentalidad ni pinta. O sea, como que ni gente le llega para que pinte por lo mismo. Yo creo que ya hasta van con la gente que no es por eso, o sea, eso es un *plus* para que el maquillista no pierda porque por lo costoso que son los maquillajes, los pinceles, todo lo que utilizamos; pero no es el objetivo de ir a ganar, o sea, yo no gano nada, o sea, los maquillistas pueden recuperar lo de su material. Pero yo cómo recupero el tiempo o cómo recupero la inversión, el ir, sube y baja, cambiar citas, o sea, tiempos con los hijos y todo. O sea, yo no tengo esa forma de recuperar.

Persona 3: no y aunque lo fuera, vamos al extremo, por lo que usted está diciendo tampoco va a ser la cantidad correcta de acuerdo a todo este trabajo.

JE: De acuerdo a todo el trabajo y tiempo no. Sí, no, no, no se puede. De hecho por ejemplo, el año pasado yo les comente a los artistas, a todos los maquillistas que íbamos a hacer una dinámica. ¿Por qué Jessy no tiene un sueldo? Y hago esto literal por amor al arte pero tampoco, es un poco desgastante. Y es que de repente, o sea, tengo que subir, que bajar, que venir y no hay forma, ¿no? Entonces vamos a

hacer algo, de lo que ustedes maquillen ese día de la procesión, ustedes van a destinar mi sueldo, ustedes van a decir, “le voy a dar \$10 pesos, \$5, \$.50, \$50”, lo que ustedes quieran, o sea, va a ser a consideración de cada artista y no es obligatorio. De 183/186 artistas 12 dieron su sobre, 12.

E: seguramente algunos se molestaron.

JE: y otros así como de ¡ash! Como si fuera ah... “O sea, nos va a cobrar”. O sea, no cualquiera puede hacer esto y o sea, sólo 12 porque les dije que no era obligatorio es voluntario. Jessy no tiene sueldo y Jessy no es contratada y tiene contrato para que le paguen, o sea, no.

E: no es el gobierno, no le pagan la millonada por hacer esto.

JE: no, al contrario, Jessy es independiente y este quiero ver cuánto vale mi trabajo para ustedes. Cuando veo 12, fue así de... ¡ay! sentí bien feo y todos después, “¡ay perdón Jessy! se me olvido, no te vi...” es que esto y el otro, “hay luego que nos veamos”, pues ya un año después y si es así. Yo creo que este año me lo van a juntar también, yo creo. No bueno, este año sí comeré pollo dice mi hija, ¿no? Este... tengo un maquillista que dice, “esta semana si comeré carne”, siempre juega así cuando maquilla. Este... pero, te das cuenta que no toda la agente valora el esfuerzo del trabajo, lo que es. Porque ellos su trabajo es venir hacer el *casting* a que yo los evalué, pagar su inscripción y ya que tengo su inscripción, solamente les llega su correo de confirmación de bienvenida; ellos lo suben, después ellos no se preocupan hasta el día de la junta general. El día de la junta general es una semana antes de catrinas, este... les doy toda la explicación, cómo es el evento, que no es un evento de lucro al que van a ganar los millones. Porque no es así y no va a ser así, que se mentalicen. Porque al rato, “es que yo no recuperaré mi inversión de la inscripción y pinte cinco” y... yo, “o sea, tu inscripción es parte del patrocinio para poder hacer el evento, porque yo no voy a hacer el evento, o sea, no soy hija de Slim”, bueno fuera que este... ni aquí estaría, ja,ja,ja de entrada, pero... este, es su patrocinio, para esto.

E: más los artículos que les da, ¿no? Su camiseta...

JE: sí, su playera, su reconocimiento, su carpa, toda la gestión del evento, todo ¿no? Y entonces, este... hay mucha gente... tres que yo pinte, yo cinco, yo pinte 20 y bueno depende de la capacidad de cada uno de ellos. Pero no es mi responsabilidad, yo se los tengo que dejar claro desde la junta para que no haya problema, ¿no? Con los artistas y aparte de eso hay muchos que te dicen, “no, es que los mejores lugares le tocaron a los amigos de Jessy” y yo así de... “mis amigos están hasta allá”, ¿No? En el último rincón porque pues son los que siempre están y no necesitan un lugar específico como ya la gente los conoce, ya la gente los busca de inmediato. O ellos les dicen, “estoy ubicada en la palmita de tal, (y suben la foto), ahí me buscan”; lo suben a su *face* y ya la gente los busca, porque ya los conocen, ya son artistas conocidos. Si son nuevos, dicen: “no, es que los artistas de Jessy son los favoritos y sólo los buscan a ellos” y yo... “es que llevan cuatro años conmigo”, ¿No? Entonces, este... es un poquito complicado. Y en la junta se les da todos los detalles de cómo se organizan, cómo y a qué hora llegan, todo lo demás y el día del evento llegan y se instalan y ¡ya! Llegan los de gobierno y que los permisos y el otro y aquí y allá conmigo, no con ellos. O sea, a ellos no se les molesta para nada, o sea, ellos llegan, se instalan y se acabó.

E: entonces, me imagino que los chicos que están maquillando no participan ya como tal en la Mega Procesión...

JE: ¡no! Se quedan maquillando, se quedan maquillando porque todavía sigue llegando gente. El primer año sí todos nos fuimos, todos... maquillistas, todos nos fuimos. Pero ya a partir del segundo año nos fue imposible; porque empezó a llegar más gente y ya los artistas llegaron a maquillar, o sea, ya no hubo como que nos fuéramos todos.

E: o sea, que ahora sí ocupó la de... “ustedes cuidan el changarro mientras yo voy...”

JE: sí, entonces mientras ellos se quedan ahí maquillando, yo me voy a la procesión.

E: ¡ah muy bien! Y si por ejemplo, estos chicos le llegan con personas que les ayuden, ¿también les cobra la inscripción?

JE: mmm... no. De hecho no se les permite acompañantes. No se les permite, ¿por qué? Porque de repente llega uno y se inscribe y va solito y trae su maletín y todo solito; y de repente llega la vecina que va a compartir mesa y llega con la tía, la hermana, la sobrina, la prima y la hija, ¿no? Y ya cuando estás viendo acá la que esta solita, esta solita y la que esta acá, están pintando seis que no se inscribieron, que no están uniformados, que no ¡nada! Y la que esta acá, o sea... con trabajos, esta medio pintando, cuando de este lado están pintando como que a granel, porque pues trae a 50 ayudantes. Entonces, ya no se les está permitido porque es algo muy desleal para todos los maquillistas.

Persona 3: e injusto, ¿no? Digo, pues a finales de cuentas...

JE: Sí, o sea, lo que buscamos es darles la misma oportunidad a todos.

Persona 3: Esa dignificación, por supuesto que conlleva la parte de atrás, trabajo, la inscripción, el tiempo, digo, hay que ser cuidadosos hasta con eso, ¿no?

JE: Sí, exacto. No y es que luego con eso les dicen “tú te vienes y les pones el blanco y ya”, “yo les pinto o tú ponles esto” y entonces yo dije no. Si quieren llevar un asistente, un asistente, debe pagar la mitad de la inscripción y el costo es por uniformarlos y ponerles obviamente su acreditación, su todo igual que el titular pero no pueden tocar el rostro de las personas. O sea, el asistente es eso, te pasan las cosas, te limpian los pinceles, te cambian el agüita, esto y el otro, pero eso... te ayuda y lo que quieras pero no a maquillar. Porque o sea, si no ya se convierte en una cuestión desleal.

Maquillista: pero sí hay mucha revoltura en los eventos. Yo participe en el desfile y a varios que maquillaron, o sea, yo entiendo que sean voluntarios pero ese día sí les dije, “yo me voy a maquillar aparte”, porque ese día me embarraron todo la pintura y tenían pintura bien buena, les dieron maquillajes de buena calidad. Sí, traían hasta “cryolan” que es carísimo de los mejores maquillajes; el pigmento no es muy bueno pero este no lo saben utilizar, o sea. Y yo le pregunte, “¡oye!, ¿tú has maquillado antes?”, “Mmm... no mucho, yo soy de belleza”. O sea, contrataron a gente no más porque contrataron a un organizador de maquillajes que les hizo el diseño y yo le digo, “oye, ¿puedo ver el diseño?” de cómo me debería de ver, porque yo al último y era algo sencillo porque mi cara iba totalmente oscura y tapada y aun así me dijo: “no pues es que tengo un dorado, un plateado” y yo “pues... yo me hago el maquillaje” y me dijo... no, no, no, es que a nosotros no nos dieron nada y me dieron imagen copia, lo que puedas y ese fue como su gran diseño, pero deberían contratar a gente.

JE: sí, pues nosotros.

Maquillista: sí, creo que era extranjero y maquillaba muy bien.

ENTREVISTA A JAZMÍN REDES COORDINADORA DEL VOLUNTARIADO DE “CALLEJÓN SALAO”

Realizada: sábado 6 de octubre del 2018

Lugar: Centro Cultural “Hugo Gutiérrez Vega” Duración: 1 hora con 34 minutos.

E (entrevistador): Guadalupe Alejandría Copado Vences

JR (entrevistada): Jazmín Redes

Tercera y cuarta persona: Personas que se involucraron en la entrevista.

JR: Eh... bueno, te decía ¿no? que se llama “La Muerte es un Viaje”, porque lo que le mencionaba a Gera, es que no estoy segura de dónde nos llegó este título para a la Ciudad de México, no sé quién nos lo otorgó o porqué se dio, pero se le nombro a la Ciudad de México como “Ciudad Refugio”. Este año em... entonces queremos hacer honor a ello, y este año el desfile en si es como una ofrenda móvil a todo los migrantes que han fallecido en este proceso de migración, ¿no?

Em... entonces es una temática delicada por cuestiones políticas, digamos, pero es... pero es una cuestión súper natural si lo vemos desde el punto de vista humano. O sea, las personas migran, hemos migrado y siempre migraremos por los siglos de los siglos ¿no? Em... hablamos por ejemplo ahorita de lo que tenemos ensayado hasta hace unos momentos son los primeros migrantes que estaban buscando una señal de donde asentarse y ya hasta que llegaron a... hasta que vieran un águila devorando una serpiente sobre un nopal. Ellos estaban migrando, ellos estaban de un lado hacia otro, hasta en que momento encontraban ese lugar donde asentarse, ¿no?

Em... después eh... las personas que vinieron de otros mundos que vinieron ah... a sí, vinieron a colonizar; que en esos momentos no eran colonizadores, eran exploradores. Eran personas que estaban a la aventura, que estaban buscando un mejor futuro, pero esa ya es otra historia ¿no? O sea, en sí como les decía, en si ese instinto humano de buscar moverte hacia un lugar mejor en el que estés y te vaya mejor económicamente. Eh... pues es natural y siempre ha pasado y siempre pasará. La... la migración animal es un claro ejemplo de ello ¿no? Si el agua no está a la temperatura que tu cuerpo lo requiere, la ballena va a migrar, las tortugas van a migrar, las mariposas igual y el... lo bonito de las mariposas es que aparte coincide con la fecha del día de muertos, entonces por eso nuestros antepasados... (Intervención por parte de una chica del *staff*)

Le dan este... esta... este... como este rollo “mágico encantador” de la mariposa que tiene que ver con seres del más allá, que vienen y justo llegan el día 2 de noviembre em... que vienen con mensajes que vienen con seres queridos que te quieren.

Va a ser el desfile un recorrido histórico, cronológico de migraciones y vamos a concluir el tema de las migraciones con eh... con una referencia hacia el muro que nos andan queriendo poner los vecinos del norte. Em... todo esto, pues si con bajo un aspecto viendo... viéndolo como el tema de la migración con una lupa muy humana, que muy de un instinto natural que tenemos todos los seres vivos y también como cuando un tributo que han fallecido en el camino; de este... sobre todos los migrantes del muro que hay mucho... mucha polémica al respecto em...

¿Qué otra cosa les puedo platicar del desfile?

E: yo tengo otra pregunta Jaz... toda la información que nos estas diciendo ahorita yo ya lo había leído en la página de *Facebook*, este... de la página ¿te encargas tú?

JR: ¡no! Tenemos una persona de redes sociales.

E: am... ¡ok! Y por ejemplo el tema de la migración, he visto que cada año lo han ido cambiando, o sea, cada año el desfile tiene una temática diferente eh... la temática ¿quién se las da? Ustedes la elijen o la Secretaría de...

JR: la temática se propone y se aprueba, entonces nosotros eh... Callejón Salao tiene un grupo de “creativos” que... si mal no lo recuerdo... pero luego te consigo los nombres, este, son un grupo de creativos que em... que... de su imaginario sacan esta temática ¿no? O sea, la sacaron otros años pasados, este año, esta propuesta se presenta a Secretaría de Cultura eh... ah! Esa es otra cosa que... el desfile está a cargo de dos Secretarías, la Secretaría de Cultura y la Secretaría de Turismo.

La Secretaría de Cultura es a nivel estatal y la Secretaría de Turismo es a nivel federal. La Secretaría de Cultura es como lo dice su nombre eh... es nuestro cliente, porque trabaja directamente con nosotros. Ellos contratan a la casa productora “Callejón Salao” que somos nosotros y nuestro cliente; su principal este... objetivo es que se difunda la cultura y la historia de esta tradición em... y la otra parte, la Secretaría de Turismo, tiene como su... como otro rollo, es que tiene más turismo como tal. Entonces, ahí lo que atrae más es como ver más las catrinas, ver las calaveras, ver como este rollo de los catrines y las catrinas ¿no? Entonces, más que una historia em... cultural, bueno sí es cultural, no quiero quitarle lo cultural pero si lo tiene, pero es más como un rollo de “carnaval de calaveras” y más turístico ¡exacto! Se tiene como, tiene otro enfoque em... y ellos lo llevan de mano con otra casa cultural que se llama “Anima Inc”, y ellos hacen otro desfile casi casi ¿no? Entonces al día del desfile, tú ves un desfile; pero la verdad es que nosotros hacemos solamente la mitad y ellos hacen la otra mitad. Pero si tú te quedas ahí en todo el desfile, tú no te enteras en qué momento esta, porque tú ves un solo desfile. Pero la verdad, es que todo el trabajo está dividido en dos.

E: O sea, por ejemplo, ustedes se encargan de todo el voluntariado y ellos ¿se encargan de los carros alegóricos?

JR: No, no, no... todos tienen voluntariados, todos tienen carros alegóricos, o sea, no hay una división (intervención de tercera persona: son dos administraciones diferentes pero para un desfile) ¡exacto! O sea, nosotros tenemos em... haber déjame te hago bien 5, 6, 7... tenemos alrededor de 700 voluntarios. Em... no te sé decir el número de carros alegóricos, pero pues tenemos ahí cierto número de carros alegóricos y tenemos como una estructura, un presupuesto todo como que definido. Ellos tienen otro, probablemente sean otros 700 a lo mejor más, a lo mejor menos, pero ellos tienen otros 700 voluntarios, otro número de carros alegóricos este... en fin.

TERCERA PERSONA: nosotros ya nos percatamos y queremos quitar la idea de que es el “desfile de James Bond”.

JR: ¡Exacto!, nosotros también

TERCERA PERSONA: y bueno, ya lo estamos viendo que sí y ustedes están haciendo la tarea perfectamente y es lo que queremos reforzar esta parte sobre todo en este caso. Pero la pregunta sería... ¿ustedes también participaron durante este evento?

JR: No, la única relación en esto es que nuestra... nosotros tenemos dos coreógrafos que son los que nos llevan toda la coreografía de nuestra sección del desfile, em... Priscilla y Mauricio Nava y Priscilla, no me acuerdo como se apellida, pero ella tiene una compañía que se llama “Revez” y “Revez” fue la encargada de llevar la coreografía de la escena del desfile de día de muertos de James Bond. Entonces, Priscilla sí tuvo que ver, ella hizo la coreografía para esa escena.

TERCERA PERSONA: pero, ¿ella es por fuera?

JR: ella por fuera, es la única relación que tenemos con James Bond.

TERCERA PERSONA: que bueno que lo dices, y me imagino que hay que ir separando.

JR: sí, no tenemos nada que ver con la película de James Bond. Y si recuerdan la escena de James Bond es... era... un carnaval; o sea, no era una historia, no era nada de lo que les estoy platicando. O sea, igual si hablamos la temática del año pasado, también había una historia que se va narrando sobre la muerte, ya como un enfoque de otra cosa, ¿no? Pero, y el año que entra va ser igual; otro tema, la muerte pero igual con otros... con otros ojos. Y la de James Bond... no... era nada más como un carnaval de calaveras y de catrines y catrinas; que a lo mejor por... de la Secretaría de Turismo funciona ¿no? Pero para nosotros es importante sumar, más bien, contar una historia... una historia de con más trasfondo cultural.

E: Y por ejemplo, a partir que se dio este asunto de los desfiles de la Ciudad de México, ustedes participaron en una convocatoria como producción para encargarse de ello o ¿se lo adjudicaron específicamente a ustedes?

JR: La verdad es que eso sí no te lo sabría contestar, te lo tendría que contestar los productores; porque a mí me contratan las productoras y yo no sé cómo es que les hayan dado el eh... incluso yo ni siquiera estuve en el primer desfile, yo me incorpore a partir del segundo. Entonces esa pregunta sí te la tendrían que contestar ellas.

TERCERA PERSONA: este ¿qué número de desfile vendría siendo de Callejón Salao?

JR: Es el tercero en general, este es el tercero de Callejón Salao. Eh... más yo sé que no tiene que ver con desfiles de muertos, pero ellos también los del bicentenario, eso se hizo en el 2010.

TERCERA PERSONA: ¡estuvo impresionante!

JR: Lo hizo Callejón Salao, fue en el 10 ¿no? 2010 y luego el desfile de muertos empezaría entonces que el... ¿16? 17 y 18. Qué bueno esto que está diciendo Gerardo, se me hace interesante porque sí hay que ubicarnos en tiempo y espacio y eso nos va ayudar a discernir todo ¿no? Y a no estar con la mezcolanza que se ha estado haciendo, yo creo que... Este, este ese tema yo creo que estaría bien interesante que se los pregunten a las productoras, porque justo, o sea, la raíz del bicentenario puede que haya... que de ahí haya surgido la idea, porque fue un éxito y no habíamos tenido en México algo así.

E: Entonces, con esto que me mencionas del Desfile del Bicentenario; ¿ustedes trabajan junto con el Faro de Oriente?

JR: Hay no, no sé, es que esa pregunta también es para ellas. Es que yo estoy más bien en el rollo del desfile.

CUARTA PERSONA: sabes a lo mejor ¿quién? Con Pabla, que ella es la que ve la parte de utilería, a lo mejor y ahí Pabla nos podría ayudar, sí.

E: Es que yo que sepa, los chicos del Faro de Oriente participaron en el Desfile del Bicentenario.

JR: Yo nada más te puedo responder de voluntarios ja,ja,ja,ja.

TERCERA PERSONA: bueno, es que nos estas dando más opciones y gracias, porque nosotros hasta ahorita que nos estas diciendo; yo pensaba que ustedes manejaban todo el desfile, pero ahorita ya al decirme “no, nosotros somos solo una parte y el otro se llama...” ¿cómo?

JR: Anima Inc.

TERCERA PERSONA: entonces ya se lleva la otra y uno ve un solo desfile, ¿no? Y uno va y lo ve y piensas que es uno solo pero bajo esa circunstancia sería cuestión también de...

JR: incluso si... si ustedes ven las fotografías o ven el video del “en vivo” de la rueda de prensa em... en algún momento, uno de los exponentes habló y dice que “el desfile esta cargo de dos casas productoras, Callejón Salao y Anima Inc”. Y esto eh... no me acuerdo si ya tiene a los personajes detrás de él, porque ya a la vez salen los personajes y están atrás de él, ¿no? Entonces, una mitad son nuestros personajes, que nosotros nada más llevamos poquitos, llevamos este... eran seis personajes y yo creo eran seis.

CUARTA PERSONA: ¿personajes que van a desfilan?

E: Era la chica con el tocado de mariposas, el chico que era como lo que están ensayando ahorita, que tienen la huella...

JR: Sí, un explorador e iba un Huitzilopochtli. Este... sí, bueno entonces si tú ves la fotografía de la rueda prensa que pasó, que fue apenas este lunes que se dio a conocer a los medios, la organización y de toda la información. La mitad de la fotografía son personajes nuestros y la otra mitad son del otro, de la otra compañía.

TERCERA PERSONA: de ahí que...

E: sí, ahí hasta visualmente se divide, la parte de uno y de otro. Sí estuvo súper bien la repercusión que tuvieron en los medios, es que yo tuve que comprar todos los periódicos en donde aparecía y dije... “oh”.

JR: Sí, sí, había un chorro, sí, sí fueron varios.

E: Inclusive hubo una página que les dedicó, que era completamente, no recuerdo si era el *Universal*, que le dedicaron toda una página de cómo iba a ser el recorrido, dónde y cuándo; y les dedicaron toda, como unas tres páginas.

TERCERA PERSONA: no sé si la cuestión que yo note es, si dentro de los periodistas tristemente es que muchas veces el periodista mismo se encarga de verlo con sus ojos, desafortunadamente, digo... porque hubo periodistas que se dejaron llevar por la derrama económica y no en la circunstancia y otros sí lo hicieron en la cultura.

JR: Sí, pues es que...

TERCERA PERSONA: y se entiende que vaya junto con pegado.

JR: ah... mira Pau... (Conversación breve con la productora) este y la productora, una de las productoras, la productora ejecutiva y luego tenemos la asociada, que ya la conocerán el día de mañana, y esta el director de calidad que creo que son ellos tres.

CUARTA PERSONA: ¿y ellos están viniendo todos los fines de semana?

JR: deja tú los fines de semana, todos los días ja,ja,ja.

CUARTA PERSONA: o sea, ¿los ensayos solo son los fines de semana?

JR: sí, aquí vivimos.

E: Y por ejemplo, en este caso para aceptarnos a nosotros este... ella, bueno, yo con la que hable era con Paola, pero ella este... les enseña la carta... les platica del proyecto por el que nosotros venimos, y ya los demás aceptan, o si no, ¿no?

JR: Am... Pues más bien al revés. Ustedes escribieron al correo que reviso yo y les pedí una información de qué se trata y ¿cómo para qué? Porque digo, ustedes ahorita está un poco más tranquilo; porque les tocó los primeros ensayos y estábamos corriendo aquí, vuelta y vuelta como locos, ¿no? Este hay mucho ajeteo. Ahorita ya estamos tranquilos, eh... pero, o sea, sí para agendar esa cita pues sí estaba yo como el filtrable para ver de qué se trata.

CUARTA PERSONA: entonces en cierta manera, el trabajo que estamos proponiendo de formar una estructura bajo esta circunstancia este ¿sería contigo también?, digo, porque tú recibes el correo y...

JR: sí, sí, y estaría increíble, porque si ustedes llegaron y fue así ¿cómo de qué? O sea, ni siquiera lo habíamos contemplado. No, y también cuando tú nos escribiste, ya ves que me enviaste algo de que querías estar en el desfile y yo te decía, “no, es que no adicionaste, ya no puedes, ya no hay tiempo”. Y tú, “pero no, es que sí quiero, perdón que insista pero es que sí...”. Entonces sí este... sí, estaría buenísimo tener una plataforma ya armada.

Ay sí, es que está bien bonito pertenecer. No, no, no todos los días se tiene la oportunidad de... trabajo uno busca todos los días, pero no todas las veces se tiene la oportunidad de hacer algo de lo que te hace sentir tan orgulloso y que sabes que estas poniendo tu granito de arena para algo increíble, que tiene que ver. Es bien bonito ver a los voluntarios que están tan, tan orgullosos, tan contentos de venir eh... Cuando de repente peligra su estancia por alguna circunstancia, eh... es así de “no, no, no, no es que yo...”. Dices... ver eso dices, bueno... ¿y tú qué ganas?, ¿no? Que ni te están pagando, ¿no? Entonces, algo muy... que de repente se escucha... “es que ni te pagan...”, que... “¿qué es lo que estás haciendo?”, “no, es que yo estoy poniendo bien en alto México”, y “yo la tradición de muertos es mi favorita”. De hecho, tenemos varios voluntarios que cumplen años el día de muertos y dice... “es que para mí es de mi cumpleaños, siempre es hacerle tributo a la fecha de día de muertos”.

Entonces escuchas muchas historias eh... los voluntarios que son casi 100 voluntarios los que participan en las áreas detrás de... que no son como elenco, si no como de utilería, coordinación, producción, operaciones, son cerca de 100 poquitos más de 100 voluntarios; y a todos los tengo que entrevistar antes de que entren y todos tienen como una razón bien bonita para estar aquí.

E: entonces, con los chicos que están como en el elenco, bueno ellos es audición para bailar y con los otros es audición... (JR: Es una entrevista) es entrevista...

JR: Si, los de elenco hacen una audición y los de producción hacen una entrevista.

E: Y por ejemplo, ¿cómo los dividen de “tú te pones esta sección, tú en esta”, ¿dependiendo de qué tanto bailen, de qué tanto se mueven, se expresen o...?

JR: Tiene que ver con una... las chavas por ejemplo, son de coordinación, ellas igual vienen a entrevista, este... pero ve. O sea, ahorita no hay mucho que hacer por los chavos que ya están ensayando y “¿qué más hago, qué más hago?”. Esa disponibilidad, yo ni en trabajos pagados hago eso. ¿Cómo los asignan? Tiene que ver con las necesidades del desfile, entonces hay veces que el desfile requiere. Por ejemplo, estos son los números de segmentos que necesitamos para el desfile, tenemos todo el primer segmento, tenemos el segundo y dentro de los subsegmentos que son los personajes, eh... hay algunos subsegmentos que son eh... puros hombres y hay ciertas características, ¿no?

Como de repente necesitamos, sí que bailes pero que bailes más allá que fluido, son movimientos, para esa coreografía son como “rápidos” los colibrís, buscamos personas; tenemos un segmento de colibrís del Dios Huitzilopochtli, necesitamos a personas que sí bailen pero que sean rápidos, que tengan como esas características y que sean hombres. Eran puros hombres Huitzilopochtli, entonces son puros hombres. Entonces, desde las audiciones los coreógrafos tenían como ese ojito de “¡ah mira, ese chavo que funcionaría para Huitzilopochtli!”, y... y alguna chava que tenga un movimiento como más... más “poético”, pues para mariposa, ¿no? “Esta chava estaría padre como para mariposa”, entonces desde ahí ya van viendo los exploradores, un chavo con una... un poco más blanquito, con una onda que pudiera pasar hasta por español “¡ah... mira! pues él”, y barbunito como ahora, ya han llegado los españoles después de tanto tiempo navegando. Este... este chavo, tiene una barba y tiene una ondita así como más blanquita en la piel, pues podría pasar como explorador. Entonces, desde ahí va tomando como esas anotaciones y al final, eligen dentro de esas características que el desfile requiere. Pues lo que hayan sacado como calificación más alta o hayan demostrado más... más entusiasmo al desfile.

E: ¿Y cómo cuantos voluntarios les llegan al principio en la audiciones?

JR: Este año nos llegaron la maravillosa cifra de 1,200 y feria... ¡rompimos record!

TERCERA PERSONA: pero, ¿no todos se quedan?

JR: no, la verdad no.

TERCERA PERSONA: es decir, ustedes sí van en “no cantidad, sino calidad”.

JR: ¡exacto! Sí. O sea, los numeran em... son una cosa, pero ya la hora de aterrizarlos es otra. Y la realidad no porque no haya tenido calidad su trabajo, ni su audición, ni mucho menos; al contrario, tenemos el cerro de boletas con calificaciones excelentes, pero tuvimos que rechazar porque el desfile no se da abasto. O sea, no podemos tener a... o sea, tenemos un presupuesto para vestuario, presupuesto para utilería, em... los patrocinios nos ayudan muchísimo, pero la verdad es que sí es bastante, ¿no? No nada más es el vestuario y la utilería que requiere cada personaje, si no la logística de cuántos camiones necesitamos al final para regresarlos al principio, eh... Cuánto espacio tenemos para ellos en el *backstage*, en el mismo Centro de Arte que... que... que... qué facilidades nos pueden dar en cuánto a espacio, espacio para cada ensayo, cuánto tiempo tenemos para ensayar cada segmento. O sea, también tiene que ver con la logística que... que no, nos es imposible aceptarlos a todos y no quiere decir que porque las personas que han quedado fuera no hayan tenido una buena audición. Es este... es en parte, sí tener una buena audición, pero también... también tiene que ver con la suerte de las necesidades del desfile; si a veces este desfile por el número de segmentos y la características especiales de cada segmento necesitamos, a lo mejor, más hombres que mujeres y tenemos unas chavas que lo hicieron increíble, y a lo mejor unos hombres que no tanto pero necesitamos más a los hombres, entonces...

Exacto, por lo que van a representar. Entonces, por ejemplo, el año pasado teníamos un segmento de... de... guerreros y mujeres embarazadas, que hablaba de nuestros antepasados, no recuerdo el nombre, pero... es... es un lugar al que se supone que tú vas cuando mueres en batalla, si eres hombre y en parto si eres mujer. Entonces, hay un lugar especial como de mucho honor, que a la muerte, tú sabías que a la hora de morir en batalla, tú sabías que ibas a ir a este lugar y es un lugar así como privilegiado y como mujer igual, si tú morías al dar a luz, sabías que tenías un lugar ya destinado en este espacio. Y pues no, no vas a meter un hombre de “mujer embarazada” y a una mujer de “guerrera”, en estos tiempos la cosmovisión ya es diferente, pero antes no; entonces, no vas a meter a una mujer como guerrera azteca, o sea... no, no pasaba. Entonces, tiene que ver un poquito también la suerte en esto, porque tiene la importancia aquí es el desfile, ¿no? Las necesidades del desfile, si el desfile necesita más hombres, pues los que lo hayan hecho mejor o mejorcito. Em... pero hay más mujeres, que siempre pasa todos los años,

las mujeres somos más alboroterías, siempre tenemos más mujeres y dices “oye, pero... tengo todas” y yo... de verdad soy la primera en abogar... “oye pero tengo...”. A veces me piden más hombres para un segmento, pero... es que los hombres... Tengo, o tengo estos poquitos y con pies izquierdos y tengo así de mujeres... chingonas, o sea, bailarinas que lo hicieron espectacular y me dicen, “pero es que necesitamos hombres, tienen que ser hombres porque ya...” y me dan la explicación de que tienen que ser hombres y no hay más. Entonces ahí juega la suerte.

E: Y de lo que nos mencionabas la semana pasada, de que te habían faltado varios de los chicos del segmento, que tenías que hablar a los reemplazos ¿son de estos mismos chicos que no tuvieron la suerte de quedarse?

JR: Exacto, de los mismos que ya les habíamos dicho que no iban a poder quedarse, que no habían quedado seleccionados, a ellos mismos se les habla por teléfono de último momento y ellos se incorporan.

E: Y por ejemplo, en estos casos a los chicos que ya quedan fuera, este... ¿hasta qué límite de tolerancia tienen de faltar a los ensayos?

JR: Tiene que ver mucho criterio, porque, o sea, nosotros como regla general tenemos “si tú faltas a un ensayo, ya no puedes estar en el desfile”, porque solo el máximo de ensayos son 5, o sea, son súper poquitos para un desfile de este tamaño, es súper poquitos 5 ensayos. Em... y tú faltas a uno... a mí me decía por ejemplo un voluntario que andaba ahí haciendo la luchita, me decía “pero es que en la escuela dan un límite de tres”, o sea, en la escuela te dan un límite de tres o uno por lo menos en la escuela y le digo “sí, pero ¿faltas qué?”. O sea, de tu clase de matemáticas ¿cuántas clases tienes al semestre?, ¿20,30?

CUARTA PERSONA: pero es diferente, porque es completamente diferente.

JR: Aquí nos pueden llegar puros bailarines profesionales de primera, pero no se quedan. Están en los segmentos y nos dicen, “es que yo soy bailarín profesional, yo ya me aprendí la coreografía, puedo faltar la siguiente y es que de verdad no puedo venir, porque tal cosa”, y le digo “pues sí, muy profesional pero tus compañeros no, entonces tú, no nada más que tú te aprendas la coreografía en lo individual, si no también eres una referencia en cuanto al espacio para tus compañeros de a lado”, y a la hora que están... se están moviendo, se están con estas posiciones, que no es lo mismo que tú te imagines que tienes a un compañero aquí, o sea, no... no funciona así, no vienes a un ensayo individual o a una clase de danza, vienes a un ensayo grupal para un desfile; o sea, para un evento cultural de muchas personas, no nada más es la coreografía sí o no; tiene que ver con tu grupo, como tu segmento, tú a tu ensayo. No, no es que tú repercutes en los demás.

TERCERA PERSONA: ya repercute en esa índole de grupo.

JR: sí, el trabajo de grupo. Entonces, aquí se los dejamos bien claro desde un principio y se los recordamos con cada clase, es que no es que tú te aprendas la coreografía, deberás, sí, está bien ese no es el punto. Sí, entonces sí es bien importante la asistencia, pero... igual, retomando la regla, ¿no? Si es como regla que quedas fuera si faltas a un ensayo, pero somos humanos y también tenemos criterio, o sea, hay ciertas cuestiones que están fuera de nuestro. Por ejemplo, aquí tengo pruebas de una chava que tuvo un accidente y literal, vino toda moreteada con todo y pero que hasta le dices, “¿¡pero qué haces aquí!?”, a esa sí se la creemos. Pero esta es del 15, esta es de ayer y esta súper mal la chava, pero no se quiere ir a su casa, aquí anda; yo le dije que se fuera a descansar y no quiere. Pero es que se cayó de una bicicleta, andando en bicicleta la tumbaron o no sé que pasó, pero viene toda hinchada, moreteada y trae un cubrebocas, porque traía abierto no sé qué de la nariz que no le pudieron coser, por no sé qué razón.

El caso es que trae abierto, no se le vaya a infectar y por eso es que dice que no puede estar mucho tiempo acostada, por eso me dijo que llegó tarde, porque la noquearon los medicamentos. Y ahí vemos como un ejemplo de compromiso, aunque este es muy extremo; yo no pido este nivel de... este tipo de cosas se entiende. No era necesario que viniera, con que lo hubiera mandado era suficiente, pero pues esas cosas se pasan, ¿no?

Hay justificaciones que para nosotros no son justificaciones, por ejemplo... “tengo que trabajar”, o “es que doy clases, me quede dormido”, ¡no, eso olvídale! O sea, pero ¿por qué el “tengo que trabajar” o “es que doy clases” no entran? Porque eso tú lo sabes desde que audicionas. Si tú sabes que das clases los sábados, porqué asumes un compromiso al momento que yo te digo, “felicidades, fuiste seleccionado para tal segmento”, estos son tus ensayos. Yo ya te di las fechas y tus horarios y tú me confirmas, al momento que tú me confirmas firmas, donde tú te comprometes asistir a tus ensayos. Y eso que te acuerdes que trabajas ese sábado o que te acuerdes que das clases los sábados en la mañana, o sea... (Expone otro caso del voluntariado). Entonces no puedes sacar a esa gente, porque de verdad se ve la dedicación, el compromiso y a asistido a todos sus ensayos; pero tienes consideración una vez, ya no dos. Porque te digo son pocos ensayos, hay personas que solo ensayan dos.

CUARTA PERSONA: ¿y de qué edades a qué edades?

JR: ¡Ay! Se puede presentar el caso de la señora María. María tiene 98 años y ella viene el día viernes, que es el único ensayo que se presenta. Que estaría muy bueno que fueran, es el ensayo general, cuando va a ser el general, el 26.

E: ¿Ya tienes lugar?

JR: ¿Cómo lugar?

E: ¿Dónde va a ser el ensayo?

JR: en Chapultepec, en el Bosque de Chapultepec. Em... aún no sé ni donde, ni a qué horas ¡recuérdeme! Este, cerca del 26 ya tenemos que tener esos horarios.

CUARTA PERSONA: Entonces, me parece que es un caso atípico el de la señora María, pero ¿cómo de qué edad a qué edad?

JR: ¿Cómo la media, me preguntas? Este... Es que está muy difícil, anduviera como entre los 20 y los 30, por ay... pero es que tenemos muchas personas de 40 y 50.

TERCERA PERSONA: es decir, que viene siendo como una pirámide donde la mayoría joven y ¿va minimizando de acuerdo a la edad?

JR: Pero ni tanto, o sea, yo creo que sí tenemos, la mayoría está entre sus 20 y 35, la mayoría. Pero eso no quiere decir que no vengan muchísimas personas de 45, 50... 60.

CUARTA PERSONA: Entonces, ustedes están también balanceando, y se les agradece, parte de todo ese trabajo, la parte humana este... digo, eso da gusto porque muchas veces bajo... quisieron entenderlo de lo contrario bajo esta situación y este profesionalismo de no ser egoísta; pero yo estoy viendo que no que están siendo, de cierta manera de acuerdo a esta circunstancia, pero también hasta con la edad entonces, pues...

JR: Claro, claro. Sí, claro, ya tenemos nuestros tachones rojos de los que nos quedan mal, ¿velas es primero? (conversación con voluntarios)

E: Ahorita que estas mencionando esto de la utilería, me imagino que cada año conforme va cambiando el... la temática, van cambiando y haciendo la utilería. Pero a final de esto, ¿quién se queda con la utilería? o ¿dónde la guardan?

JR: Varia. El año pasado sé que se tuvo que eh... resguardar para no sé qué cosa. Porque el año pasado sé que se les pidió para no sé qué... el año pasado que sí tuve el gusto de estar em... se les regalaron al final del desfile. Los recibimos con esa buena noticia, era una sorpresa para todos, porque todavía no lo tenían autorizado; porque a final de cuentas, el que paga es Secretaría de Cultura y Secretaría de Turismo, entonces en este caso, Secretaría de Cultura. Entonces ahí nosotros todavía no sabemos si se va a donar para algo, o si ya lo tienen como “prometido” en algún espacio. Entonces, no podemos nada, y de último momento, el año pasado nos dieron la buena noticia que se les podía regalar para no regresar del desfile. Pues vienen extasiados con toda la experiencia y estuvo bien padre así... porque nos decían, “¿dónde dejo el vestuario?”. Entonces, “no pues que les tenemos una buena noticia, ¿se lo pueden llevar a su casa!”, y “¡ay que padre!”.

Este año todavía no está confirmado, em... se los digo, no se lo vayan a decir a nadie; creo que también el vestuario esta vez sí se les va a dar, la utilería no estoy segura, pero tiene que ver como tal si, si se dona para algún lado. Por ejemplo, hay unas cosas que no recogieron el año pasado y que quedaron aquí, que están por ahí atrás y cuando vinieron a audicionar entonces lo reconocieron y dijeron, “oye eso era mío y ya supe que sí se lo podían regalar, oye, ¿me lo puedo llevar?”. Pues ya no, porque ya se donó y ya es para él, pero no se tira, no se desperdicia, no aparte cuánto trabajo de los chicos, no, no se desperdicia, o se les daba para un evento o algo, a cualquier otro tipo de evento donde se pueda utilizar o muestra de algo.

TERCERA PERSONA: esta lluvia de solicitudes que va creciendo, porque veo que va creciendo porque es bueno... porque me imagino que no era la misma demanda del... este... personas que hicieron solicitud como voluntarios, a que la que tuvieron en años anteriores, va venir creciendo. En cuestión de patrocinios, también les sucede lo mismo de que ¿alguien más que se quiera agregar? Porque digo, es un evento que viene creciendo.

JR: Pues ahí si no sé. No, yo no, lo maneja el de... Y redes sociales. Lo que sí te puedo asegurar, porque por ahí lo escuché, es que los patrocinios se consiguieron con mucho trabajo el año pasado. Este año ya estaban haciendo fila para apuntarse. Antes había que rogarles mucho ja,ja,ja había que rogarles mucho. Entonces, por ejemplo, no sé si recuerden la... el año pasado la carroza esta de... donde justo fue la señora María, que estaba cubierta en flores de cempasúchil y que era como un cementerio, fue una de las más fotografiadas y ese fue el patrocinado por Gayosso. Gayosso en su momento tenía mucho miedo de que se fuera a ver fúnebre y feo, oscuro y no querían relacionar su marca... si es algo para... no es “disneylandia” su marca, pero... este, pero no quería relacionarlo con algo triste o feo. Y pues para su buena suerte, la sorpresa fue todo lo contrario; o sea, ese panteón era, yo creo, de los más alegres, los más vistos y los más coloridos. Entonces, ya ahora son los primeros es la lista, Gayosso.

TERCERA PERSONA: y es ahí cuando he notado, sí está bien un cambio de la forma de ver la muerte. Si se está viendo esa circunstancia fúnebre, triste... ya estamos viendo que estamos rescatando nuestra cultura, que estamos haciendo una fiesta. Ese es donde por eso a mí me está llamando la atención, de esa parte porque es cultura. Eh... eh... es donde hay una conexión, al grado que bueno, la UNESCO nombró el “2 de noviembre” como patrimonio de la humanidad. Hay una conexión con la humanidad, porque todo es indistintamente la nacionalidad, es donde hay una conexión; entonces, yo me voy con la idea, ahorita que me estás diciendo esto de Gayosso, un cambio total.

JR: si y yo entiendo que como empresa, em... lo haces por primera vez en un evento que es muy nuevo todavía, y que entran con miedo, ¿no? Entonces, este año nomas fue decirles ¿quieres?, ¿vas? O sea, no fue tanto trabajo como el año pasado, que era mucho estira y afloja, pero a ver cómo... qué, enséñame los bocetos, la guía... más... más cosas.

E: Y por ejemplo, Gayosso, su patrocinio va con... ¿en efectivo o con material?

JR: No, no en patrocinios yo no... no sé... no sé...

E: O cómo consiste su patrocinio?

JR: No, no sé... sé que hay patrocinadores que no los ves. No es noticia nueva, o sea, tú los estás viendo, están sus marcas presentes en el desfile...

TERCERA PERSONA: ¿nos puedes mencionar alguna? como para más o menos...

JR: ¿cómo?

TERCERA PERSONA: aparte de Gayosso, algunas más que... se interesen, ¿no?

JR: o sea, sé que hay varios, sé que hay varios, no sé cuántos pero sé que hay varios. Em... recuerdo la historia de Gayosso, por lo del año pasado que era muy... Escuche que la persona que estaba llevando la negociación fue complicado, eh... y este año fue así como de... fue el primero en *check*, palomita ja,ja,ja.

E: Entonces, ¿tiene que hacer la negociación digamos entre... por ejemplo, Gayosso, Callejón Salao y la Secretaría de Cultura?

JR: Es que de verdad, esas preguntas son para allá... porque yo no yo no tengo ni idea... yo no tengo ni idea, o sea... la... eh... sí tengo entendido, a lo mejor y estoy equivocada, tengo entendido que es una autorización, Secretaría de Cultura nos autoriza recibir patrocinio para poder solventar mejor el evento. Porque la verdad, es que el presupuesto no da... porque ya sabes cuánto nos dan en cultura.

TERCERA PERSONA: ah sí, tristemente... tienes razón.

JR: o sea, recordemos cuánto gana un... y cuánto invierte el gobierno; hay que ser magos para sacar de donde no hay. Entonces, nos autorizan recibir patrocinios, buscar patrocinios, me imagino que debe tener sus limitantes, ¿no? O sea, y también me imagino, me imagino. No creo que sean tan abiertos así de... “ah... sí, se tiene que...”, tiene que haber algunas limitantes; no sé cuáles sean las limitantes, no sé si las limitantes sean solamente en cantidad, en temática o a lo mejor no podríamos tener no sé, estoy inventando... latiendo esta de “*sex shop* por cada metro”, ¿no? A lo mejor no, a lo mejor si...

E: O sea, ¿quiénes y hasta qué punto pueden intervenir?

JR: ¡Exacto! O sea, porque a final de cuentas también estas cuidando la imagen del desfile, entonces no sé... cuántos. O sea, tenemos un límite de... o de cantidad de patrocinios, en material, en tipo de... o sea no sé... me imagino que deben tener sus limitantes, pero... esos ahí sí te debo preguntas...

CUARTA PERSONA: ¿y quién se dedica a hacer el diseño de los carros alegóricos? sobre el diseño que tienen, o sea... una cosa es que aparte ustedes saben a estos creativos que tienen, y ustedes también se encargan del diseño de los carros.

JR: sí, nuestros creativos, ellos mismos que pensaban hacer esto, ¡tocho morocho! (platica entre la coordinadora y el personal). Ella es Isabel y está llevando las redes sociales: *Facebook*, *twitter*... ¿tú también llevas lo de redes sociales? Ese es un mudo ja,ja,ja que conlleva mucho.

E: Sí... ¿cuántos mensajes debes responder?

JR: Sí, ahorita ya son menos.

JR: Los productores que son Paola, Bea y Polo, que son como las cabezas de aquí; trabajan con los creativos, seleccionan a personas como para encabezar. La parte de vestuario Malena, ella es la encargada de todo el vestuario del desfile y de elaboración de todo el vestuario y luego esta Sandra Pablos, que es la de utilería... que es Sandra Pablos, pero le dicen "Pabla". Entonces, Sandra está aquí a ladito y ella trabaja con su asistente, que es de utilería que se llama Clau y luego el departamento de coordinación de voluntarios, esa soy yo con mi súper mega mano derecha, e izquierda también, es mi mano derecha e izquierda ja,ja y esta redes sociales que es Isa, está un diseñador gráfico, que es Israel, él es el encargado del diseño de la página de todo el diseño es de él.

E: ¿Incluyendo los volantes y los carteles que se pegaron aquí abajo?

JR: Él es el diseñador, él es muy, muy bueno, él lo único que no diseña son todos estos y él hace el logo, que es nuestro logo del desfile que es: "La Muerte es un Viaje", lo de Callejón Salao; pero lo único que él no hace, es el logotipo oficial del desfile. Porque, este, ya es algo que del año pasado, pero este año tuvimos problemas, pero ese diseño él no lo hace, lo hacen los diseñadores de la Secretaría de Turismo. Pero todo lo que hace Callejón Salao, él lo hace, Israel. Digo, son más personas que trabajan, pero vaya no somos tantas; somos un grupo bastante pequeño para todo lo que hacemos.

CUARTA PERSONA: y a final ¿cuántos voluntarios quedaron?

JR: así ya en números... fueron como 600 voluntarios, entre que nos alegró mucho la cantidad de solicitudes que atendimos este año, pero al mismo tiempo ya sabíamos esto... no, no había posibilidades de que se quedaran todos. Eh... con el paso del tiempo... tuvimos oportunidad, gracias a patrocinios y gracias a pues a los creativos, se las ingeniaron en cómo meter a más voluntarios para darles oportunidad a más y logramos que... aumentar ese número. Pero aún aumentándolo... llegamos como a 600; es decir, en un inicio eran como 500 y pico, sí como 520 algo así... ya ahora podemos decir que son 600.

E: ¿Y cuánto dura el recorrido?

JR: El recorrido en sí, dura dos horas.

ENTREVISTA A SHEILA PATTERSON JEFA DE *MARKETING* DE LA FUNERARIA GAYOSSO

Realizada: martes 11 de diciembre del 2018

Lugar: Gayosso Sullivan, colonia San Rafael.

Duración: 1 hora y 30 minutos.

E (entrevistador): Guadalupe Alejandría Copado Vences

SP (entrevistada): Sheila Patterson

Externos: tercera persona

SP: Gayosso es una fundación que tiene 143 años em... al ver que no... Eusebio Gayosso al ver que no había eh... una, o sea que cuando falleció su mamá fue cuando dijo: “bueno, tengo que ir primero con el doctor a un hospital médico, después tengo que ir a un lugar donde me entreguen el cuerpo, después tengo que ir a un lugar a que me den el acta de defunción, después tengo que buscar a alguien para que me lleve el cuerpo al cementerio”. Es obvio que no había... eh... que todo era un trámite muy borroso y aparte bueno, en ese momento que era muy delicado para eso que no tiene cabeza para pensar en nada, y así él decide formar la agencia Eusebio Gayosso en el centro. Que se trata de agenciar todos estos servicios en uno sólo, o sea, una persona llevaba al ser querido y ahí este... se le hacía pues todo el... los tramites am... médicos, embalsamado, arreglo estético, em...velación y este... y el traslado a los cementerios, entonces fue por eso que él decidió hacer una agencia Gayosso que reunía todo en una misma agencia.

E: Y disculpe, el señor Eusebio Gayosso ¿tenía algo que ver con esta temática?

SP: ¿De la muerte o algo así? No, la verdad es que no... no... no tengo ese dato. Pero digo, la verdad no tengo ese dato pero, no sé si en los archivos.

Tercera persona: usted dijo que fue a causa de lo de su mamá...

SP: Lo que si también te puedo decir es que la primera esquila que sacó fue la primera esquila de Gayosso y este... el primer número de teléfono que se conocía en México, marcabas el “1” y marcabas a la agencia “Eusebio Gayosso” también tenemos ese registro.

E: Entonces la agencia Gayosso ¿comenzó sus servicios en la Ciudad de México?

SP: Sí

E: ¿Y desde cuándo Gayosso inició su expansión de servicios funerarios a otros estados de la república?

SP: Fue en los años 70's me parece más o menos que he... Nos fusionamos con “Jardines del Tiempo”, fue en ese tiempo que am... esos cementerios viajas en partes norte del país, entonces fue cuando ya Gayosso adquirió, bueno, compró a “Jardines del Tiempo” por eso ves tanta gente de toda la república todavía ven el logo de jardines porque todavía les pertencia.

E: Entonces a partir de los setentas muy bien, ¿usted considera que Gayosso se ha adaptado a los cambios requeridos de cada época y necesidad de cada estado de la república?

SP: ¡Sí, sí, si todo! Todo se va... o sea, no es lo mismo una velación aquí en el DF que una velación en Tijuana, todos tienen sus... sus partes... te cuento una historia, por ejemplo en los cementerios tenemos tres festividades muy fuertes que son el Día de las Madres, Día del Padre y el Día de Muertos, entonces en estas festividades es cuando van más a los cementerios a visitar a los seres queridos y a los mausoleos y se vuelve una fiesta, una fiesta... una fiesta. Por ejemplo aquí en el DF cuando vas al cementerio es

como un poco más recatada, llevan flores, igual comen ahí, este... visitan al ser querido, toman misa o lo que sea; pero en Tijuana por ejemplo, llevan el... van en camionetas, este... em... en los coches ponen banda y les llevan mariachi y les llevan banda a los seres queridos, comen ahí, este... se quedan todo el día en el cementerio, o sea, ellos tienen como una ... diferentes rituales e igual la velación hay gente que quiere... es más, aquí que somos como más sobrios en el DF, en los estados les gusta como cosas más ostentosas, mariachi... este... cada cosa se va... amoldando a la... a la cualidad de cada persona.

E: Entonces ustedes también en los diferentes estados de la república, así como me menciona, ¿se adapta y ofrecen servicios de mariachi?

SP: Pues no es como que esté en la oferta comercial, no tenemos como que el catálogo de mariachis, pero si ellos los quieren llevar, no, no tenemos ningún problema, no les decimos que no, de hecho aquí también hay gente que ha venido con mariachi, este... hay gente igual quiere em... traen comida. Aquí en Sullivan tenemos un *buffet* de coreanos por ejemplo, hay mucha comida colada por aquí por el centro, muchas personas que fallecen de la comunidad coreana sus velaciones duran hasta 32 horas, 24 horas o hasta 48 horas o los tres días casi y ellos traen comida y todo, pues obviamente, negociamos el cómo sería el proceso pero no, no les decimos que no. Además, también tenemos la agenda, la capilla la de aquí abajo que es ecuménica entonces esa es para cualquier religión. Si es católica dejamos los Cristos, si es budista pues los quitamos los Cristos y todo lo acomodamos conforme a cada religión sí.

E: ¿Usted considera que Gayosso se ha adaptado a los cambios y diversas cosmovisiones, ya sea religiones, tradiciones, nivel social de la muerte en México?

SP: Sí, a todo eso. Totalmente. Ahorita la tendencia va a ser la cremación y sobre todo en los estados de la república estamos así, prefieren la cremación a muchos cementerios. Pero al fin y al cabo los cementerios se acaban y tenemos que optar por la cremación, aquí en el DF es mucho más la cremación y no sé si ¿han escuchado la aquamación?

E: am... ¡no!

SP: ¿No? Esa será nuestra tercera modalidad de cremación, bueno es como una cremación pero con agua, ahorita apenas está en Tijuana ya llevo la máquina a Tijuana y ya hemos empezado a sacar algunos servicios en aquamación y esperamos que se expanda para toda las demás, en Monterrey y la Ciudad de México también. Es una máquina que igual este... em... por medio de hidrólisis ya tritura y disuelve el cuerpo y se queda como... no sé como muchas... palabras técnicas, pero se queda como el esqueleto y después lo pulveriza. Es una manera que ahorra energía y sobre todo gas, proceso eléctrico y aparte este... es bueno para el medio ambiente. De hecho en la página web pueden encontrar la información, la acabo de subir hace poco. Si ahorita tu pones aquamación y ya te aparece, si ya...

Tercera Persona: La aquamación en comparación a la cremación ¿en costo?

SP: Ahorita no va a haber ningún costo, ahorita este... como por la parte de previsión puedes escoger entre cremación o aquamación por el momento si, o sea, primero está en Tijuana ya después vamos a ver cómo va a estar pero por lo pronto no. Puedes escoger entre uno y otro, pero toda la información está en la página y de hecho por expansión todo se ha hecho de entrevistas a lo largo de este mes, puedes encontrar toda la información.

E: una pregunta, eso que me comentaba de la cremación es más popular en la CDMX, ¿ha tenido su auge dependiendo los años?

SP: Sí, sí, sí... o sea... yo creo que de 15 años para acá ha sido más fuerte la cremación. Por ejemplo, ahorita hicimos un mausoleo por Félix Cuevas, este si es un mausoleo, si sabían este edificio... o sea,

el piso 3, 4, y 5 y 8 son mausoleos. En Félix Cuevas hicimos un edificio con estacionamiento y un mausoleo ¡hermoso! donde puedes entrar y todo muy bonito. Lo hicimos o lo acabamos hace un año y medio, más o menos, y ya está vendido todo, o sea, la gente sí, si se va por la cremación y el mausoleo.

Tercera Persona: pero eso también nos habla de una cultura provisoria.

SP: ¡Exacto! Sí, sí, sí... ya toda las personas ya tienen su lugar de descanso personal y todo el servicio. Puedes... bueno, de hecho previsión es lo que más vende Gayosso, solo sería la gente que fallece y ya es servicio inmediato. Tenemos afuera 6 000 asesores que están vendiendo previsión y estamos como captando mucho mercado para que la gente compre previsión y ya tenga su... ya sepa “donde” cuando va a fallecer, ya sabe dónde será su velación, dónde va a quedar, sobre todo no es a dónde vamos y no pasa nada a sus seres queridos, para sus familiares para no dejarles preocupaciones ni nada. Justo lo que yo hago en mi área es una cultura, culturizar a la gente para que compre previsión.

E: Y dependiendo de las diferentes modalidades que tienen, la cremación, la aquamación ¿se dispara mucho en precios?

SP: No, no, no, o sea... Gayosso te puede ofrecer uno servicio de hasta m... \$30,000 pesos y muy bueno. Tenemos a gente, es que luego la gente piensa que nada más somos Félix Cuevas y Sullivan, o sea no, somos Félix Cuevas, Sullivan, otro sobre la calle de Colima en la Roma que también está muy adecuado para... si... si quieres no pagar tanto, en Avenida del Imán, tenemos Santa Mónica, Mundo E, tenemos en la Premium... o sea, Santa Fe que es la más... Pero tenemos varios precios y con previsión puedes pagarlo a tres años y lo vas pagando así, yo pague los míos así ja,ja,ja sí, ajá y digo independientemente, tú puedes subir hasta lo que quieras ¿no?

E: Por ejemplo, ¿cuál podría ser el servicio más caro?

SP: No pues... te puedes gastar hasta una... Tenemos una ataúd que está hecho de... no me creas mucho pero está hecho de un material hermético, entonces este es un modelo idéntico al que sacó Michael Jackson, de ese ataúd te sale como en unos \$800,000 pesos. Entonces tú ves como de... de cuánto quieres darla o cuánto quieres.

E: Entonces, la empresa sí es accesible a todo.

SP: Sí a todo. A todos los niveles y más con las formas de pago, a meses sin intereses, ahorita tenemos 30% de descuento para pagar a pagos de contado con meses sin intereses, siempre hay promociones, nada más que la gente no quiere saber, a la hora en que se abren un poquito y necesitas saber si... o sea, el punto es llegar a la gente y la gente no más lee tres minutos a la persona para que le cuente, eso es lo importante.

E: ¿Les ha costado trabajo?

SP: Al principio cuesta, después ya no. He... o sea, ya este... te digo, o sea... *marketing* lo que hace es ayudar al asesor a que la gente sí lo voltee a ver y en ese momento que ya la volteo a ver y le dijo “hola, ¿cómo esta señor o señora?” o algo así, en ese momento ya lo que hace el asesor. Pero hacer que las personas se acerquen a un asesor, tenemos ya en los centros comerciales, aquí abajo y pues cada uno tiene su cartera de clientes, entonces sí es como un poco complicado, pero la verdad es que hacen un muy buen trabajo.

E: Entonces lo han sabido manejar para que las personas se comprometan.

SP: Sí, sí, sí.

E: Bueno, en el aspecto cultural, Gayosso juega un papel importante. ¿Podría mencionarme algunos personajes políticos y artísticos relevantes que han solicitado sus servicios funerarios?

SP: Sí, esta Frida Kahlo, Chespirito, esta... este... Tin-Tan, están todos los ex-presidentes, Juan Gabriel, Juan Gabriel lo pasaron de... Ciudad Juárez, las cenizas al aeropuerto, y acá Gayosso se encargó de todo el desfile, de la caravana del aeropuerto a Bellas Artes a Gayosso, María Félix, este... em... Ahorita reciente la chef, Cuauhtémoc... am... este... Monsiváis es Monsiváis. La verdad es que todos han pasado por Gayosso.

Tercera Persona: Es decir que, es más difícil, quién no lo ha solicitado.

SP: ¡Exactamente! Y aparte tenemos el convenio con la “ANDA”, o sea todos, “Chachita” también, este... ahorita de lo que yo me acuerdo esta... aquí, pues bastantes personajes famosos y políticos.

E: Y por ejemplo, de estos personajes que son muy conocidos, ¿sí permiten que el público entre?

SP: Dependiendo de lo que diga la familia, pero no, aquí en la agencia normalmente es donde se vela y ya ellos deciden si se hace como una ceremonia y normalmente es en Bellas Artes o en... “Chespirito” por ejemplo, falleció en Cancún y sus restos se trasladaron aquí a México y aquí este... y de aquí se llevó al Estadio Azteca y el traslado de todo eso se encargó Gayosso, todo se encargó Gayosso. Del traslado, del... todo, todo... el arreglo, todo, todo fue Gayosso. Pero la ceremonia para que la gente lo vea fue directamente en el Estadio Azteca. Si sabemos que falleció alguien importante, pues está muy fuerte la seguridad, más la seguridad de la persona.

Tercera Persona: O sea que eso también depende de ustedes.

SP: Pues nosotros tenemos un equipo muy bueno, que lo que hace es contener a medios y nada más dejar pasar a las personas, familiares, amigos y así.

E: Y por ejemplo, de los personajes que me acaba de comentar, ¿ellos ya habían comprado su paquete?

SP: No, normalmente todos ellos son... bueno... Los de la “ANDA” todos tiene pensión y es convenio con ellos y este... los demás, son mediante...

E: Es decir, ya saben que es Gayosso, Gayosso, Gayosso.

SP: ¡Exacto! Sí son muy fieles a nosotros.

E: Siguiendo pregunta, ¿desde cuándo Gayosso tomó la decisión de apoyar eventos culturales relacionados con el Día de Muertos?

SP: Pues... yo creo que desde hace 3 años a la fecha. Que... que ya nos hemos visto mucho más de tres años a la fecha, este... o sea, nosotros el único momento en que podemos salir a la calle y hablar de Gayosso con naturalidad definitivamente es el Día de Muertos. O sea, porque se si hablamos de Gayosso en “Día del Amor y la Amistad” pues no, o sea, la gente no, no le gusta, ¿no? Y pues como Día de Muertos, la gente habla de la muerte, las catrinas, claveras sin ningún... sin temor pues es cuando más podemos explotar la marca. Este... pero si es como 4 años a la fecha que hemos apoyado eventos culturales. Ahorita am... el año pasado y este año pues apoyamos el Desfile de la Ciudad de México, este año tuvimos muchísimo mejor, o sea, cada año ha sido mejor. Tuvimos los carros alegóricos, tuvimos las 10 catrinas monumentales por todo Paseo de la Reforma... (¿Cuántas dijo?) 10 catrinas monumentales en Paseo de la Reforma, tuvimos este... ¿qué más?... em... Bueno, en los cementerios siempre hacemos cosas ¿no? Hacemos dinámicas en todos los cementerios de la ciudad, la obra de La Catrina, tuvimos módulos en centros comerciales, este... tuvimos promociones en radio, revistas, toda una campaña muy fuerte en redes sociales este... pues sí, hemos hecho muchas cosas.

E: Entonces para aprovechar la festividad del Día de Muertos ¿desde cuándo empieza su plan?

SP: ¿Mi planeación? Yo empiezo a planear Día de Muertos desde febrero, marzo, más o menos, yo tengo que cerrar cosas desde febrero, marzo, cerrar más o menos, pero ya con pláticas y todo eso desde antes. O sea, en febrero ya estoy cerrando Día de Muertos, más o menos, marzo y abril es como Jessica le... le... damos concesión. Me buscó, ¿qué habrá sido? en abril más o menos sí, antes de abril ya tengo que tener más o menos ya una visión general del Día de Muertos.

E: ¡Perfecto! Y por ejemplo, ¿qué tipo de actividades se planean para los cementerios aquí en Gayosso?

SP: En Gayosso... pues mira, como van mucha familia y todo, pues lo que les gusta mucho es tener entretenidos a los niños, entonces, traemos pintacaritas, proyectamos películas, regalamos comida, este... em... música, este... em... visitas especiales, de repente en el norte se vuelve... arman sus brincolines, este... pues todo lo que podamos, pintacaritas y “pinta calaveritas de azúcar” también, con este ... con... pues como los *shows* que llevas de *topping*, pues si la verdad lo que se nos ocurra, papalotes, o sea, todo lo que se nos ocurra, globos aerostáticos también llevamos, rifamos un globo, un viaje en globo una vez, este... hay rifas...

E: Y perdón, ¿qué rifan?

SP: Servicios funerarios, planes y también este... electrodomésticos, este...pero sí, normalmente los boletos son para planes de previsión funeraria.

Tercera Persona: Perdón, y estas rifas ¿hacia quienes van dirigidas?

SP: Hacia los clientes que van a visitar a los familiares, o sea... yo llego a Gayosso y al panteón familiar, al cementerio de “Los Cipreses” y me aborda un asesor y me dice: “oiga señorita, ¿no quiere participar?”, yo sé que le doy un boleto y usted me da sus datos, yo le doy su boleto y si gano en la rifa, gano el plan. Estamos calculando de más de un millón de personas en todos los cementerios de Gayosso, o sea, son 3 o 4 días muy, muy, muy intensos. Realmente tenemos 4 cementerios, en Tijuana tenemos uno, Guadalajara uno, luego en Morelia tenemos dos, Aguascalientes, Tijuana, Mexicali, Reynosa.

E: Y disculpe, una pregunta, ¿Cómo llegan a medir la cantidad de personas que los visitan?

SP: ¡Híjole! ¡Esa es la cosa! Tienen un “click”, es decir hacen muchos “click” y aparte con todos los boletos que dan y las personas que se registran. Pero es difícil todavía medir tanta gente, es un aproximado.

E: En este tipo de eventos, ¿ha sido invitado o la empresa tuvo la iniciativa de patrocinar?

SP: Bueno ¿de las Procesión de las Catrinas? Bueno... este no, Jessica me buscó. Jessica me buscó y me planteo cómo era lo que estaban haciendo y lo platique, ¿no?

E: ¿Y en el Desfile de la CDMX?

SP: Ahí también me buscaron, también me buscó la productora y dije... “no pues Gayosso tiene que estar ahí”, es decir, es el único desfile donde podemos estar, así que por supuesto que estamos ahí.

E: Disculpe, ¿tendrá el nombre de la productora que la buscó?

SP: M... es Callejón Salao, porque la otra productora... es que eran dos, Anima y Callejón Salao, es Callejón Salao.

Tercera Persona: Y en este caso fue con Callejón Salao, con Anima... ¿no?

SP: No, no, esa es la otra, es decir, el desfile se hace, se hace con dos productoras em... y la que... la aparte donde yo entre, donde entró Gayosso fue con Callejón Salao.

E: Podría contarme su experiencia como patrocinadora en la Mega Procesión de las Catrinas, es decir, ¿en qué consistió su patrocinio?

SP: Sí, fue blandeo en todas las carpas, bueno teníamos esta carpa donde se pintaba la gente, estaba blandeada con nuestro logo y también tuvimos cinco em... tuvimos permiso para poner cinco módulos de prospección y la carpa y bueno, la difusión en las redes sociales, este... em... toda la parte de comunicación en las redes sociales.

E: ¿Y de ustedes también salió la idea de que las catrinas llevaran las bandas de Gayosso?

Tercera Persona: ah... pues tú llevaste una de esas bandas.

SP: ¡Aja!

E: Sí, lo gracioso es que íbamos pasando y nos iban diciendo como “Miss Gayosso”.

SP: ¿Ah sí? Ja,ja,ja, ¡qué bonito!

E: Es decir que para la carpa, la difusión y así y este... bueno, en este caso, las bandas de Gayosso... ¿su apoyo fue económico o en especie?

SP: No, económico y ya ellos nos pusieron este... ya pusieron las carpas y todo.

E: Disculpe, ¿tendrá más o menos un aproximado de cuánto fue su patrocinio?

SP: Mmm... ¡no!

E: Ok, ¿cuál es el principal motivo para patrocinar por primera vez este proyecto?

SP: Pues porque es un proyecto que va muy a doc a las tradiciones mexicanas, es 100% cultural, eh... además de toda la gente que va, es un evento cultural, social, familiar y la verdad es lo que busca Gayosso, asistencia cultural.

E: Bueno y ahorita que estoy relacionando la Mega Procesión de las Catrinas con sus eventos de pintacaritas que va relacionado con la temática que ocupan.

SP: ¡sí!

E: Y me dijo que estuvo presente con sus módulos de prevención y me parece que ese día tenían promociones.

SP: Sí, ese día tuve las mejores promociones del año en Día de Muertos pues más.

E: Y ¿qué abarca sus promociones?

SP: Tenemos promociones de paquetes integrales que los integrales son los servicios que tienen la velación y la propiedad de descanso final, ese no incluye mausoleo y tenemos descuentos en servicios funerarios como la pura velación y tenemos promociones de meses sin intereses o pagos de contado. Si quieren ahorita que bajen el módulo de Gayosso, a la entrada de la recepción, ahí hay folletitos se pueden llevar uno, si está ahí en el módulo de guardias esas son las que son las mejores también.

E: Podría explicarme su experiencia como patrocinador en el Desfile de la CDMX e igual, ¿en qué consistió su patrocinio?

SP: Ok, este... mm... fueron dos carros alegóricos de 15 metros, este y justo fue... el desfile que hizo Callejón Salao, la productora Callejón Salao donde ellos este... me gusta mucho esa productora porque ellos se enfocan mucho en la parte prehispánica, prehispánica y cultural de lo que es el Día de Muertos, lo que es la tradición del Día de Muertos. La otra productora son como un estilo más urbano, más moderno que así también esta increíble, pero esta me gusta mucho porque somos muy prehispánicos este y... nuestros carros alegóricos em... era como si fuera... se llamaba Ciudad... Ciudad ¿qué?... Ciudad... Era la Ciudad de México, venían los monumentos más.... Venía la Torre Latino, Bellas Artes, todas las... era la que tenía Gayosso, toda la ciudad. Este también tuvimos por parte de ellos tres módulos de prospección en Reforma, pero eso fue a lo largo de dos semanas junto con las 10 catrinas monumentales.

E: Y para la productora de Callejón Salao ¿su apoyo fue económico o en especie?

SP: Económico.

E: ¿Y ustedes eligieron el diseño de su carro alegórico?

SP: No, no, ellos nos lo propusieron y la verdad es que ellos son los expertos, entonces no... O sea... mientras no, mientras este... pues no sé, sea algo de Gayosso pero dijimos esta padrísimo está muy bien.

E: Sé que su carro alegórico del año pasado era una especie de cementerio...

SP: Era un panteón ¡exacto! Un panteón de pueblo, estaba bien bonito sí.

E: Entonces ellos nada más llegan y les muestran el...

SP: La propuesta, pues sí porque ellos pues sí... ellos viene así de la CDMX, de hecho quien este año fue la temática fueron “Las migraciones” y eso lo decretó el secretario de cultura. Entonces conforme así a la migración de ustedes muchachos, me van a hacer una propuesta, entonces ellos son los que tienen que hacer la propuesta con respecto a las migraciones y ya de ahí ir con los patrocinadores para: “a ver te traigo esta propuesta con respecto a nosotros, de dónde quieren estar ustedes y tengo este carro alegórico, este y este, tenemos esto... cuál, cuál opinan” y así y pues recibimos la ciudad.

Tercera Persona: Es decir, les ofrecen un abanico de opciones.

SP: Pues no un abanico porque tampoco es como que “¡uy!” pero sí, si nos dan la oportunidad de... de lo que tienen ellos, elegir dónde queremos participar y obviamente cuál costo.

E: Y por ejemplo, en un comparativo con el año pasado, ¿este sí fue muy diferente, económicamente hablando?

SP: No, lo justo sí.

E: ¿Y de este tampoco tendrá un monto aproximado?

SP: ja,ja,ja, no.

E: ¿Durante su participación en el evento tienen comunicación con la Secretaría de Cultura u otras compañías involucradas?

SP: No, estamos solo con Callejón Salao y este... y las catrinas. Ah y ellos son los que tienen la comunicación con... pues sí las charlas con la Secretaría de Cultura.

E: Entonces usted solamente con Callejón Salao y ya.

SP: Pues sí, porque ellos son los intermediarios entre nosotros y ellos son los que hacen, porque nosotros directamente la gestión no, no... este... con la procesión Jessica no está como más en contacto con la Secretaría de Cultura, supongo que este año más, entonces ahí es como que... como que... Jessica se ve como más que colabora con la Secretaría de Cultura supongo, aja y ya luego entra el gobierno estatal, el gobierno federal y no sé qué. Entonces yo no me hago bolas, yo quiero que me digan cuánto me va a costar, cuánto va a ser, cuánto los permisos y perfecto.

E: ¿Durante cuántos años ha participado en el Desfile de la CDMX?

SP: Es el segundo, se han hecho tres veces y nosotros hemos participado en dos.

E: Pero ¿si están en la propuesta para los siguientes años?

SP: ¡Sí, claro! Ah... no, no, no yo espero que sí, no creo que este año vaya a decir que no. Me conviene, o sea, yo espero que sí. Todos estamos muy emocionados que ojalá que sí se vuelva hacer, porque la verdad es que es un eventasasasasazo y es lo mejor, es como un Festival de Janeiro en Brasil, es como el Desfile de Día de Muertos en México es de lo que más se debe sentir orgulloso y es una tradición 100% mexicana, o sea... es ridículo que no se vaya a hacer, ojalá que sí.

E: Y disculpe la pregunta, para sus carros alegóricos durante el desfile ¿a ustedes le dan una especie de contrato?

SP: Sí, claro. Hacemos un contrato antes de este... ¿cómo se llama? de... (¿la negociación económica?) Sí... ¡oye! me estas preguntando mucho sobre eso, ¿cómo qué tiene que ver con tu tesis?

E: ¡Ah! es que estoy abarcando todo lo que tiene que ver con la tradición del Día de Muertos pero lo nuevo, digamos esto solo es...

SP: Ah... ¡ok! Sí todo tiene que ser por contrato, porque por el contrato no te puede... bueno como te digo, iniciamos negociaciones en febrero/marzo y todo tiene que ser bajo un contrato y este... y... se tiene que ver... y los pagos y todo tiene que ser así, permisos y como también tenemos las catrinas, también se tiene que ver el permiso y estar segura de que van a estar dos semanas y que no me las van a quitar y que van a estar limpias, de que van a checarlas diario para que no vayan a bandalizarlas y muchas. Todo ese tipo de cosas se tiene que estar bien estipulado.

E: Y con sus catrinas que me menciona, ¿ustedes hacen el diseño de esas o tienen a alguien?

SP: No, este... el programa también de la productora tiene a un artista que de hecho él trabaja como con... por parte del gobierno, no sé... él también hizo las pasadas, si ya hemos tenido varias con él y él es nos dice más o menos cómo qué tipo de eje le van a dar este año y él las hace y nos manda la propuesta, y más o menos cómo va la línea un poquito y ya. Las antepasadas eran muy largas, muy así. Y este año un poquito más (¿estilizadas?) sí, un poquito más este... eh... ¿cómo se dice? como más colonial, más fuertes y ya después le puso los sombreros y todo y se veían bien bonitas. Pero sí, no es de... nosotros escojamos, él también nos da la idea y ya las hace.

E: ¿Gayosso tiene un departamento y presupuesto destinado a este tipo de eventos?

SP: Sí, *marketing* y tenemos presupuesto destinado a Día de Muertos, de hecho a final de año, ahorita ya acabamos, pero a final de año hacemos una partida para lo que haremos el Día de Muertos.

E: Pero ¿separan lo que hacen para el desfile y lo que hacen ustedes?

SP: Sí, lo interno y lo externo.

Tercera persona: y de lo externo ¿hay otra parte aparte de catrinas y desfile?

SP: Sí, hay otra, apoyamos a una obra de teatro que se llama “Los Cuentos de la Catrina”, llevamos tres años patrocinándolos, es una obra de teatro, este... familiar, más familiar y para ir a verlo está bastante bueno. Este año fue en el Teatro Millán estuvo Miguel Conde, Lizardi, em... fue producida por Luz, ¿cómo se llama? Laura Luz. El año pasado también fue en el Millán, ¿quién estuvo el año pasado? Mauricio Castillo, pero nada más es temporal, empieza en octubre y acaba en noviembre.

E: Y con esta obra de teatro, ¿a ustedes también les llegó la invitación o ustedes pidieron?

SP: Mm... nos buscó el escritor, el escritor que tenían, una agencia de *marketing* y nos dijo si podíamos entrar ahí, entonces con el iniciamos a buscar que su obra salga a la vida y llevamos tres años ya con él. Este año ha sido el mejor la verdad. Lo utilizamos mucho, ya que empezamos con las catrinas en los centros comerciales pues ya los invitamos, regalamos boletos para las funciones, entonces sí.

E: ¿Y ofrecen sus paquetes ahí mismo?

SP: Sí claro, es como bases de datos. O sea, te doy un boleto pero me da su base de datos y luego le llamas si le interesa. O sea, es lo que hace la gente que va pasando y no quieren saber nada de Gayosso, y ahí te va una foto con la catrina, le regalo un boleto para la obra y entonces como que se abren un poquito y después le dice “¡ay! Sí me interesa”, lo hacemos amigable para que la gente se abra y... (Y no le tenga miedo al tema) ¡Exactamente! Comprar o no comprar, pero al menos que este abierto a escuchar lo que es, ¿no? Y bueno, no es para mí, es para mi mamá o mi papá, para mi tío, para alguien más o algo así.

E: ¿Usted considera que el concepto de las funerarias y la muerte ha cambiado de antes hasta la actualidad, gracias a este tipo de eventos?

SP: Sí claro. O sea, y llevamos bien poquito he... o sea, yo creo que hace tres años, o sea, todavía no veías Gayosso en Día de Muertos, pero ahorita como a raíz de... bueno, lo voy a decir, suena horrible pero que mala onda que a raíz de “Coco” ahorita ya nos abrimos cuando se debió abrir hace mucho tiempo, para que a raíz de “Coco” ya todo es, ya todo mundo habla de la muerte y pone sus altares, entonces que desgracia que “Coco” nos vino a este abrir un poco la mente y aceptar la muerte como es y aceptar nuestras tradiciones y ser la única como para reivindicarnos y, o sea... darnos a conocer sin que le tengan miedo.

E: Entonces bajo este sentido, ¿siente que los chicos de *marketing* que venden los paquetes sí han tenido una mayor aceptación por el público?

E: Sí con esas actividades que hacemos, ellos están muy agradecidos porque los asesores les damos herramientas para que por lo menos la gente escuche, o sea un minuto, pero escucho algo ajá... sobre todo a los que están en centros comerciales, los que están aquí, los que pusimos en módulos en Reforma y aparte con asesores, entonces sí la gente se acercaba.

E: ¿Considera que Gayosso si apoya este tipo de eventos culturales hace honor y reafirma su compromiso y tradición como una de las empresas funerarias más importantes de México?

SP: ¡Totalmente! Sí, no es que si no somos nosotros, ¿quién? Es como te digo, debemos estar ahí pues es la única temporada donde podemos salir con una banda de Gayosso y la gente no se ofende, o sea, entonces tenemos que aprovechar esta temporada.

E: Disculpe una pregunta y perdón que me regrese un poquito al principio, entonces ¿Gayosso fue una de las primeras empresas funerarias o fue la primera?

SP: Fue la primera, bueno supongo que debió haber algunas mucho más viejitas, pero no, Gayosso es la más antigua de México y también en planes de previsión y todo. Pero antes empiezan a vender desde velas y somos la única agencia que tiene los planes integrales que es velación y propiedad de descanso final, o sea, tú vas como a otras agencias y solamente tienen la velación y ya te dicen que “¿a qué cementerio le llevamos el cuerpo?, aquí si quiere cremación, ¿en dónde quiere su urna?” y nosotros tenemos mausoleo y cementerios.

E: ¿Crematorio también tienen?

SP: Sí, aquí tenemos crematorio.

E: ¿Cuáles han sido los beneficios de Gayosso al apoyar este tipo de eventos?

SP: ¿Los beneficios? Pues que la gente nos conozca más, este... a mí me da mucha alegría y satisfacción poder caminar, poder estar en alguna reunión y ah... esto de Gayosso, lo otro es de Gayosso, que un chavo “millennial” sepa lo que es Gayosso. Normalmente una persona no sabe lo que es Gayosso hasta que va, que se le muere su abuelita y eso pues pasa mucho tiempo en lo que se le muere la abuelita, ¿no? Pero que sepa, o sea, que haya sabido lo que es Gayosso por un anuncio en redes sociales en Día de Muertos, pasando por la calle, en lo que se para, mi eso es.

E: O que les entre un poquito más de interés en su carro alegórico y ya lo investigan.

SP: Sí, te digo que hacemos dinámicas, fotos, las catrinas, en la obra es... “Gayosso presenta: Los Cuentos de la Catrina”.

E: Y con respecto a sus carros alegóricos, ¿ustedes se los quedan?

SP: No, ya los deshacen. Sí, los carros los deshacen, las catrinas esas yo me las quedo y las catrinas las ocupo para centros comerciales, para cementerios, o sea, las guardo ahorita y a partir de octubre las saco y las llevo a cementerios, a centros comerciales, aquí afuera.

E: Aproximadamente, ¿cuántas catrinas tiene?

SP: Ahorita tengo 16, casi 20 muy, muy bonitas.

E: Entonces las catrinas que están en Reforma y los cráneos son...

SP: No, los cráneos son de la competencia. Bueno, ellos hicieron Mexicraneos, los cráneos los hicieron un grupo de artistas de y los patrocinó em... buscaron patrocinador por una marca de plumones, “Punta de Cielo” creo que también patrocinó uno, m... habían varios. Pero sí, las catrinas son nuestras y solo de Gayosso.

E: ¿La temática de Día de Muertos ha sido eje de impulso para que Gayosso incrementara las solicitudes de servicios funerarios?

SP: Sí, de previsión. Sí, como te digo que hacemos una labor de *marketing* muy importante em... y nuestras actividades, pues la gente se abre y nos da sus datos, nos escucha, la gente ya se quiere enterar de lo que es. Muchas veces la gente no es porque no quiera es... que... ¿qué prefieres? ¿Qué te salga en 30, 000 o 40, 000 a que te salga en 80, 000? obviamente es un ahorro y aparte es transferible para... o sea, yo lo compro pero, pero yo se lo puedo transferir a quien quiera, a mi vecino, a mi mamá, a mi papá, a mi hermano, hermana a quien sea. Entonces pues básicamente llegarle a decir esa información a una persona es difícil ¿no? No son cosas de las que se puede estar platicando como si estuviéramos en un café, pero abordar a una persona y que este abierta a escuchar durante dos minutos es lo difícil. Pero ya

que escuchan, ya están interesadas o te dicen “ahorita no”, pero háblame más tarde o después o el próximo año ya sí, pero a todos les queda la cosquillita de la previsión.

E: ¿Y esto aumentó desde la Mega Procesión o desde el Desfile?

SP: Pues yo creo que más bien la temporada, porque primero fue la Mega Procesión y luego el desfile, entonces a mí me fue muy bien en la Mega Procesión, los cinco módulos que pusimos nos fue muy bien.

E: ¿Y en el Desfile de la CDMX no ponen modulo?

SP: Sí también en Reforma, teníamos dos por el “222” y uno por el Ángel, puntos estratégicos.

ENTREVISTA AL ARTESANO MARCO OSORIO PERTENECIENTE AL COLECTIVO “ÚLTIMA HORA”

Entrevista realizada el jueves 7 de enero 2019

Lugar: Faro de Oriente, CDMX.

E (entrevistador): Guadalupe Alejandría Copado Vences

MO (entrevistado): Marco Osorio

Preguntas realizadas en la entrevista:

- 1.- ¿De dónde les surgió la idea de realizar esqueletos gigantes? ¿Los vieron en algún lugar anteriormente? ¿Cuánto tiempo tardan en realizar uno solo?
- 2.- Según su portafolio de trabajos y proyectos en los que han participado, ¿la institución interesada les presenta un modelo o boceto de lo que requieren o ustedes se encargan del diseño?
- 3.- Sus múltiples participaciones en la realización de proyectos en el Zócalo de la CDMX, ¿han sido solicitadas por la Secretaría de Cultura? ¿El Gobierno de la CDMX tiene algún convenio con el Faro de Oriente?
- 4.- Para los trabajos que se ocuparon en la película *Spectre*, ¿ustedes realizaron el diseño de esqueletos y cráneos o fueron prototipo de la producción?
- 5.- ¿Cómo fue su experiencia en el proyecto *Spectre*?
- 6.- Según su portafolio, menciona que también han realizado material para otras películas con la temática del día de muertos como “*El libro de la vida*”: ¿Qué tipo de proyecto realizaron y con qué fin?

MO: Nosotros hicimos la producción de la película, nos contactó y ahorita esas piezas ya están rodando por toda la república, ¿no? Aja, fuimos como que el parte aguas en ese asunto y ya hay esqueletos gigantes, de ese tamaño; ya se fue uno a Aguascalientes a un museo, pero se fue por parte de otras personas, no por parte nuestra. Hay unos aquí en la ciudadela, que igual sacaron un molde de nuestras piezas y ya lo tienen ahí exhibido ¿no? Entonces, andan por todos lados.

E: ¿Cuál es tu nombre?

MO: Marco Osorio.

E: ¿Cuánto tiempo llevas aquí en el Faro de Oriente?

MO: En el Faro de Oriente, desde que inició. Desde los 19 años, hasta ahora. Entonces...

E: ¿Y perteneciendo al colectivo?

MO: Al colectivo, desde el 2016.

E: casi desde los inicios, ¿verdad?

MO: Sí, de hecho desde antes. Antes de que fuera un colectivo como tal, era un grupo de trabajo de varios compañeros, ya cuando me incorpore yo... tiempo después decidimos conformarnos como colectivo; teníamos otro nombre, pero lo cambiamos por circunstancias, y así fue cuando se conformó el Colectivo “Última Hora”.

E: Con base en esto, ¿cómo surgió la idea de realizar esqueletos gigantes?

MO: Em... sí nos referimos directamente a la película... fue un requerimiento que nos, este... que nos pidió la producción. Pero eh... tomando como base las producciones anteriores que ya teníamos, ¿sí? Porque nosotros, como colectivo, se ha caracterizado por la elaboración de piezas monumentales, hemos hecho piezas desde... no sé... metro y medio, hasta 15 metros de alto.

E: Y estos primeros bocetos que tuvieron, ¿los habían visto en algún lugar anteriormente?

MO: No, fue creación propia. Nos dieron una especie de... de guion gráfico, únicamente para que nos diéramos una idea de qué era lo que estaban buscando; pero nos dieron toda la apertura para proponer nosotros.

E: ¿Cuánto tiempo se tardaron en realizar un esqueleto gigante?

MO: Como esos, una vez ya teniendo los moldes, 15 días una vez teniendo los moldes. Pero cuando es una pieza este... específica, donde no tenemos eh... previamente una... un esqueleto ya de molde y ahí tenemos que trabajar desde los modelados, la escultura; digamos las piezas, igual sacarle el molde, a lo mejor un mes más o menos.

E: Bueno, según su portafolio de trabajos en la página de internet, y en los proyectos en los que han participado, ¿el “interesado” les presenta un boceto de lo que requiere o ustedes se encargan del diseño?

MO: Es complicado, digamos parte de las dos situaciones, una que nos dicen: “¿saben qué? Queremos una pieza así en específico, así como esta, tal cual”, y ya este... nosotros proponemos materiales más que nada, pero la mayor parte de las... de los eventos o los requerimientos es eh... “Tengo tal tema, desarrólleno y preséntame una propuesta”. Por ejemplo, el año de del 2000... ¿Qué fue? El... 10... ¿el festejo del bicentenario? No, fue... no recuerdo en qué año fue la... el año de José Guadalupe Posada; ahí participamos nosotros como únicos exponentes en la Mega Ofrenda del Zócalo, y el tema era ese, ¿no?, José Guadalupe Posada. Propongan un tema ustedes, la pieza, todo el concepto, lo hicimos y lo desarrollamos, de acuerdo al tema nos apoyamos o bajo el concepto.

E: Sus múltiples participaciones en la realización de proyectos para el Zócalo de la CDMX, ¿han sido solicitados por la Secretaría de Cultura?

MO: No tanto como solicitadas. Hay una especie de licitación, pero no es así como tal, donde metemos como así... como te digo, propuestas y eh... en caso de que ganemos, participamos. Muchas veces, eh... participamos en conjunto con otros artistas, a últimas fechas lo que se está haciendo; no estoy como que muy de acuerdo con esa forma, en ese sentido. Se invita a un artista conceptual, se le da el tema a él, el desarrolla su... su propuesta, su concepto y nos invitan a participar a nosotros. No estamos muy de acuerdo, porque eh... creo que esa fiesta como tal, bueno es que no es una fiesta, es donde entra la discusión; ese evento tendría que ser más... del ahora sí que del pueblo, no de artistas conceptuales. Porque los últimos años han presentado piezas interesantes, sí, no te lo voy a negar, pero que la mayoría de la gente no lo entiende, ¿no?

E: o sea, si no te lo explican, no lo entiendes.

MO: ¡exactamente! Y si no, o en ocasiones, son piezas que si no son vistas desde arriba, desde una toma aérea no se entiende al 100%, y para eso, es gente común, como nosotros, que no tiene acceso a esa vista.

E: ¿El gobierno de la CDMX tiene algún convenio con el Faro de Oriente o específicamente con ustedes?

MO: No, el Faro de Oriente pertenece a la Secretaría de Cultura, depende de la Secretaría de Cultura, pero nosotros somos independientes. Somos, tenemos como “espacio de trabajo” el Faro de Oriente porque aquí nacimos, fuimos alumnos de aquí del Faro, eh... llegamos a formar el colectivo como el siguiente paso, de lo que es la formación de talleres y conforme a... formar una... se puede llamar una industria cultural que formamos, pero no dependemos de alguna institución.

E: Entonces, ¿ustedes se manejan aparte aunque esta sea su área de trabajo?

MO: Exactamente, sí, nosotros somos auto generadores de nuestros recursos y que damos trabajo a mucha gente de la comunidad. Luego, cuando tenemos un proyecto, invitamos a la gente a todos los de la comunidad, los allegados. Y obviamente les damos su remuneración económica y aparte siempre donde vayamos, vamos con la bandera del Faro de Oriente, porque es para nosotros, como para los universitarios es su alma mater.

E: Para los trabajos que se ocuparon para la película *Spectre*, ¿ustedes realizaron el diseño de esqueletos, cráneos o fueron prototipo de la producción?

MO: No, fue propuesta nuestra. Como te digo, a nosotros nos mostraron un guion gráfico, “¿saben qué? queremos un... mmm... títeres gigantes, eh... con la temática de esqueletos” y nos trajeron una propuesta este... gráfica, pero no es la propuesta así tal cual; entonces, propongan tanto materiales como la cuestión estética y el único requerimiento era que fueran muy ligeros, movibles, para que la gente los pudiera cargar.

E: Y los materiales, obviamente, ustedes se encargan de la cartonería es su especialidad.

MO: Es nuestra especialidad, pero no únicamente nos cerramos a ese material; utilizamos madera, poliuretano, espumas... eh... resinas, metal, o sea, tenemos una lista larga de materiales.

E: ¿Y lo que ocuparon especialmente para la película?

MO: fue cartonería, fue resina, metal, telas, fue técnica mixta.

E: ¿Y todos los integrantes del colectivo se unieron para el diseño de los esqueletos?

MO: Aquí todo lo trabajamos en base a lluvia de ideas, presentamos la propuesta, digamos... “queremos hacer este cráneo”, ya entonces decidimos, “a ver, ya quedaron de ese material con esa forma, ahora sabes qué... mejor podemos poner esto en vez de este material, podemos utilizar este otro para para este... para aligerarlo”. Economizar en cuanto a tiempos, luego también en cuanto a dinero, o sea, en cuanto a requerimiento, no es que sea ligero, tenemos que buscar otros materiales, si está a la intemperie, si estará solo de día; todo eso tiene mucho que ver y es una lluvia de ideas.

E: Bueno, creo que ahora sí lo más largo... ¿cómo fue su experiencia en el proyecto “*Spectre*”? es decir, desde el momento en el que los contactaron.

MO: Bueno, no nos contactaron, como te menciono, ese es el trabajo que venimos utilizando desde el 2005 ya tenían. No estoy seguro de una referencia clara de nosotros, pero sí se tenía referencia de los trabajos que nosotros habíamos realizado en el Zócalo, llegaron a la CDMX preguntando quién se encargaba de esos trabajos. Los mandaron con Secretaría de Cultura, la Secretaría de Cultura directamente los localizaron con nosotros, vienen para acá, nos presentan la propuesta, vieron todas las piezas que teníamos aquí expuestas. Nos dijeron que este... tenían un prototipo de la pieza, para ver cómo la resolvíamos, la este... no como calificarla como tal, pero sí saber si se ajustaba a su requerimiento. Si efectivamente, tuvieron 15 días para revisarla, para... la revisamos, la estudiamos, la presentamos, hicimos un pre ensayo, para que pudieran verla; les gustó y así participamos.

E: Entonces, ¿ustedes estuvieron a cargo de los cráneos y las marionetas durante todo el tiempo de la producción, como de las filmaciones?

MO: Fuimos dos grupos en lo particular, pero la mayor parte si fuimos nosotros.

E: ¿Y ustedes los manejaban?

MO: Sí, bueno, dos teníamos la responsabilidad de capacitar a la gente que los estuviera manejando en los momentos de las filmaciones. Para mover cada esqueleto se requiere de 7 a 10 personas y eso sí, las personas que llegamos a ir éramos como 11, uno del carro del *puppet* y otro participando durante la filmación.

E: Y de casualidad, de la producción de *Spectre*, ¿quién los contactó? O fue directamente como un diseñador de arte o ¿fue directamente el productor?

MO: Fue directamente la gente de producción, obviamente, fue el agente de producción que junto con ellos venía el diseñador de arte.

E: Y una pregunta, cómo qué, bueno tú que estuviste más relacionado con la productora, de casualidad es verdad o ¿te enteraste, de un especie de “concurso” en el que participó México para concursar, para entrar en la película?

MO: Eh... no. Los datos que tenemos es que fue directamente a México para estudiar las piezas que realmente esta adentrada en la cultura en la tradición de día de muertos. O sea, no, no fue que vinieran con una empresa, a este... con su mirada de razón escenográfica, vinieron con los artesanos, de hecho gran parte de la producción en pequeño formato la compraron con artesanos de este... Tláhuac, Xochimilco, piezas pequeñas. También de barro, las compraron en el mercado de Sonora y acudieron directamente con los artesanos; no fue una empresa con una especie de licitación, fue directamente con los artesanos.

E: Entonces, cuando se dirigieron con ustedes es cuando ya buscaban algo más grande. Y con respecto a todo el voluntariado que hubo para la filmación, este ¿ustedes se enteraron de algo, como fue la convocatoria?

MO: Sí, se lanzó una convocatoria mediante redes sociales eh... Hay una empresa dedicado a eso, es una empresa tal cual, dedicada a toda la cuestión de... de los... de *casting*, y ellos a su vez, se encargaron de ese reclutamiento de los... bueno... no fueron voluntarios, fueron “extras” porque a todos se les pagó.

E: ¿Incluyendo maquillistas, vestuario, todo?

MO: ¡Exacto! La gente que estaba encargada de *catering*, hasta la gente de los músicos profesionales, eh... bailarinas profesionales, pasando por nosotros; por todo mundo, a todos se les pago. Y fue una... una contratación profesional, muy, muy profesional todo.

E: ¿Y cuánto tiempo duraron en la filmación?

MO: Una semana.

E: Y la idea del desfile, ¿no sabes si se inspiraron en algún desfile de otro estado de la república o fue inspiración directamente de la productora?

MO: Fue directamente inspiración de la productora, porque en toda la república no hay un desfile como tal de día de muertos. Porque normalmente tenemos nosotros una pequeña discusión, porque a raíz de esa película de la que fuimos... parte, este... En una cuestión muy personal, creo que fuimos parteaguas

para que se tomara la decisión de hacer un desfile de día de muertos a partir de la película; pero desgraciadamente, se está mal interpretando lo que es el día de muertos. El día de muertos no es un desfile, no es un carnaval, día de muertos no es una fiesta, es una conmemoración con respeto, con este... con una temática un poco más ceremonial, más eh... sería, digamos; y aquí ya la convirtieron en algo más... como una fiesta, un carnaval tal cual, ¿no? Te digo, aquí y en toda la república no hay nada parecido, de hecho lo que hicieron la gente de la productora no fue un desfile como tal, como lo están haciendo ahorita; era más bien como una verbena popular una... algo más apegado a la cultura, ¿no? Y aquí lo que están haciendo ya es tal cual un desfile, un desfile como para divertirse, como para celebrar otras cosas.

E: Y en cuanto al desfile, este... ¿ustedes tienen alguna participación directamente con ellos?

MO: Em... participamos, es otra de las cuestiones en las que no estoy de acuerdo, porque al ser partícipes de toda esta... de todo lo que generó el desfile, nos están dejando atrás. El primer año nos dieron producción, poca, pero nos dieron. El año pasado nos dieron un mínimo en cuanto a producción, ahí están yendo con productoras que... bueno, empresas tal cual y no tanto con artesanos, ya tal cual este... una productora, una empresa; y a los artesanos los van dejando un poco de lado y por esa cuestión que no está muy bien que digamos.

E: ¿este año no participaron?

MO: Participamos con muy poca producción, lo mínimo.

E: ¿Y qué este, con carros alegóricos o con...?

MO: No, fue vestuario, fue máscaras y fueron unos ramilletes de mariposas.

E: ah... ustedes hicieron los ramilletes de mariposa, ah... entonces, ¿ustedes están con la productora Callejón Salao?

MO: ¡Exactamente!

E: entonces, ustedes trabajan con... am... ¿cómo se llamaba?... es que nosotros la conocimos como Pabla ja,ja am... ¿cómo se llamaba?

MMO: Con Pabla, una alta delgadita...

E: sí, con mucha actitud, por cierto...

MO: sí, muy buena onda. Hay gente muy, con mucha visión humana dentro de esa... de la producción. Te digo, ahí lo que está mal enfocado el asunto que ya están dejando de lado a los artesanos, pero ella es una persona... de las mejores personas con las que hemos trabajado dentro de esta productora.

E: entonces, participaron con máscaras, vestuarios y mariposas.

MO: Sí.

E: ¿con todo el vestuario?

MO: No, solo con algunos. Te digo que... digamos que nos renegaron, ya en lo mínimo es en lo que participamos.

TERCERA PERSONA: no será que ustedes también fueron ese parteaguas, o abrieron esa brecha cultural, inicialmente cultural, pero a su vez hubo empresas que dijeron "ah, como que aquí podemos explotar...", tristemente lo económico, ¿no?

MO: Sí, exacto. Lo que pasa es que ya “día de muertos” la forma, está sustituyendo a ser cultural; está dejando de ser una cuestión solamente cultural, a pasar a una cuestión comercial.

E: turística...

MO: Sí, turística. Lo que te digo, la gente ya no viene a la Ciudad de México... a... a Mixquic, ya viene al desfile, o sea, ya... “día de muertos” es un desfile, y no, no es un desfile, no es un carnaval, no es una fiesta, es una conmemoración.

E: Y no lo es todo. Y dentro del desfile ustedes tampoco participaron. Es decir, participaron haciendo el material, pero ¿no directamente en el desfile?

MO: Eh... este año no. El año pasado si teníamos unas mojigangas e íbamos cargándolas y moviéndolas y todo el asunto, este año ya no.

E: ¿Y creen que el próximo año los inviten o ustedes? ¿Les llega una invitación o ustedes los buscan?

MO: No, no nos llega la invitación. Eh... este año pretendemos participar de otra forma, a lo mejor ya no directamente con... bueno sí con Callejón Salao, pero eh... también vamos a buscar otras opciones, este... si no es en el desfile, tenemos otras puertas abiertas, ¿no?

E: Sí, claro. ¿Y este año si participaron en la Mega Ofrenda?

MO: Sí.

E: ¿en qué?

MO: Este año, este año... ¿qué fue este año? No, no me acuerdo... ¿tienes el dato?

E: Sí, este era... una Mega Ofrenda, creo que era una prehispánica y una colonial.

MO: ah... sí, ya me acorde. ¡Mentira, mentira! Este año no participamos. Este año no nos invitaron, bueno, empezamos el año eh... creando propuestas, ya teníamos como que algo establecido, o ya entre comillas pactado, junto con otros compañeros de Faros y así; pero al final se decidió pasar el trabajo a un artista conceptual y este artista conceptual metió puras ideas suyas y puro... diseño plano, es decir, puras esculturas, información es plonter, todo fue muy plano, muy plástico este muy comercial incluso.

E: si de hecho los esqueletos que pusieron, no se les entendía que...

MO: Había quien decía que la calidad era pésima de las piezas. Yo estuve ahí presente y si, efectivamente, pero finalmente cuenta que la gente que realizó, eso tal vez, va iniciando y está bien yo no tengo ningún problema con eso, gente igual que va empezando o que esta esté... no sé, no. Realmente no sabemos quiénes hicieron las piezas de los personajes, pero la cuestión de las ofrendas... ya este... con mamparas, con plonter impreso y con todo eso plástico y ahí sí rompieron completamente con todo lo que ya se había trabajado anteriormente.

E: por ejemplo, cuando ustedes se encargaron de la conmemoración de José Guadalupe Posada, ¿qué realizaron?

MO: Un pedestal de 5 metros de alto, se hizo un grabado gigante en alusión a este José Guadalupe Posada y no recuerdo que otra pieza se hizo por ahí, pero todo fue 100% artesanal.

E: entonces ustedes no tenían nada plástico, no tenían letras, todo...

MO: Había unas letras, sí, pero todo era con cartonería, estructura metálica, carpintería, todo todo este... nada impreso en computadora, nunca hemos trabajado eso.

E: me parece que en su página de internet, también mencionaba que también habían trabajado en el Desfile del Bicentenario...

MO: Aja.

E: ¿Y en ese que realizaron?

MO: En ese realizamos unos diablos patinetos, realizamos un este... intervenimos un... un bocho, de esos que ocupan casi como triciclos, lo intervenimos con una... un esqueleto gigante, eh... hicimos también máscaras, hicimos vestuario y algunos y alguno que otro *box* para los voluntarios.

E: entonces, ¿ya desde ahí venían los esqueletos gigantes?

MO: Aja, bueno los esqueletos gigantes vienen desde 2005, la primer Mega Ofrenda. Aquí tenemos una imagen, la primer Mega Ofrenda del Zócalo fuimos participes, fuimos este... a partir de ahí se empezó a tomar la... al Zócalo como pista de piezas monumentales, bueno tomamos el Zócalo con piezas monumentales, desde el 2005, fue la primer referencia en cuanto a monumentalidad eh... día de muertos en el Zócalo.

E: Y entonces, ahorita que ya se abrió otras posibilidades de día de muertos en que participan, ¿en qué otros estados han participado y en qué proyectos?

MO: Hemos participado en el Paso, Texas; tuvimos una participación allá. Pero no lo hicimos en la mera fiesta, lo hicimos con anticipación. Fuimos, trabajamos allá, nos invitaron el Museo de Arte del Paso, estuvimos trabajando allá un par de semanas, regresamos y en la mera hora de muertos dos compañeros nuestros se fueron para allá a supervisar el movimiento de las piezas. Hicimos un... un este... pachuco y una catrina monumental, igual con la misma temática de títeres gigantes. Hemos participado igual en día de muertos en san Antonio, Texas. Hemos ido a... a los alrededores Cuernavaca, m... Campeche, m... cuál más... bueno, varios lugares, ¿no?

E: Y por ejemplo, en estos museos que los invitaron, del Paso, ¿qué era? ¿Nada más para exhibición? O para una especie de...

MO: No, esa fue para... se hicieron dos *puppets*, con dos temáticas: 1, realizar las dos piezas monumentales que te comento, el pachuco y la catrina, y para dar un taller de pintura de máscaras, pero tradicionales de día de muertos, a la comunidad allá en El Paso. Se atendió a poco más de 600 personas, darles curso.

E: entonces tuvieron un...

MO: Sí, si hubo algo pesado el trabajo, pero bastante interesante, porque hay una... una mezcla de cultura eh... latinoamericana que sí... sí hay mucho mexicano, aunque también una parte de toda Latinoamérica y uno que otro gabacho, ¿no? Llamados "pochos". Y pues esta la mezcla de cultura y tradición muy, muy fuerte allá. Pero no tienen un evento como este, también fuimos abrir la puerta allá, para nuevas experiencias.

E: Entonces, ¿si está muy peleado allá el *Halloween* y el día de muertos o sí lo separan?

MO: Fíjate que en San Antonio, donde estuvimos el año antepasado, y El Paso, que estuvimos el año pasado, está muy... defienden mucho la tradición de día de muertos con la cultura tan fuerte que tiene de los mexicanos allá. En el resto del país... de la unión americana, no podría yo decirte, pero también hay una diferencia importante: que el *Halloween* es el día primero y el día de muertos, aquí es el dos la fecha importante; a partir del 28 empieza toda la tradición, pero la fecha importante es el día 2, digamos como que no sé, no se empalma tanto, bueno más bien no se empalma la tradición de allá. En cambio

aquí en México, si estamos... (¿Revueltos?) Revueltos... hay más mezcla, aquí con mezclar las dos tradiciones, que allá. Es algo más...

E: O sea, que estamos más confundidos nosotros... (Pues sí) ¡Que feo! bueno, también vi que en su portafolios de trabajos decía que habían realizado trabajos para otra película con la temática de día de muertos, como “El libro de la vida”, en esa película, ¿en qué participaron?

MO: En esa nada más fue diseño de escenografía para los... se puede decir que, bueno, no participamos como tal en la película. Aunque sabemos que la película fue animación, digamos no tiene nada que ver con lo que hacemos nosotros, pero sí fue escenografía para el estreno, para conferencia de prensa. De hecho, esas piezas las están exponiendo, año con año, la funeraria García López, J. García... la funeraria J. García....

E: Y de casualidad, ¿por qué las exhiben ellos?

MO: Porque ellos fueron parte de los productores, hasta donde yo sé. Fue una participación entre ellos y otros productores, no recuerdo quién es la productora de la película, pero ellos como que trataron de patrocinar, bueno, fueron patrocinadores me parece, algo así... de la película.

TERCERA PERSONA: Y a pesar de todo, ustedes siguen manteniendo ese sentido cultural, ¿cierto? ¿Les ha sido difícil no perderse?

MO: Pues tratamos de mantenernos, de mantener ese sentido sociocultural. El problema es que sí es una competencia ya muy fuerte con empresas directamente comerciales, agresivas: Coca-cola este... una así, ya muy grandes, que sí, obviamente pueden ganar al cuestión comercial, competir contra ellos si es bastante difícil, pero... pues no. Como dicen, “para todos sale el sol” y obviamente, como te menciono, tratamos de no perder esa esencia ¿no? Estamos como tratando de definir, redefinir el rumbo del colectivo; porque pues sí, obviamente en un tiempo van a... a ir surgiendo tales necesidades personales, ya no es como al principio que trabajábamos como una este... no sé, como por cualquier cosa, ¿no? Ya tenemos una necesidad de precio establecido, tener unas condiciones ya establecidas, para poderla distribuir y trabajarlas, en ganar los recursos y también, porque no somos no más nosotros, también toda la gente que está a nuestro alrededor que tampoco les podemos decir, “eh... Va a ser nada mas una... una este... remuneración no simbólica”, porque nunca ha sido simbólica, siempre ha sido una buena remuneración para la gente; pero ya no puede, ya no... ya buscamos algo más seguro también para ellos, tanto para nosotros, como para ellos.

E: Y por ejemplo, ahorita que mencionas de las condiciones... ¿qué tipo de condiciones ponen para un trabajo?

MO: Eh... cuando es una... cuando trabajamos para un... una cuestión gubernamental, supongamos, la condición más... las dos condiciones más desfavorable para nosotros; es que no hay anticipos, en ninguna sentadilla, muy del gobierno. Y la otra, pagan 30, 60 o 90 días después, por decir, nosotros entregamos la pieza hoy y nos pueden pagar tres meses después. O hubo una ocasión que en un lugar donde nos pagaron 1 año después. Entonces, a esas empresas culturales a la gente que trabaja de forma social-culturalmente con gobierno, pues tienen esas trabas, ¿no? O sea, no somos una empresa capitalizada, donde podamos invertir en todo lo necesario como... no sé, Coca-cola esas latas, ¿no? O sea, nosotros dependemos, no en medida, pero sí de los incentivos que nos den, y luego posteriormente, el pago a todos.

E: Y por ejemplo, ¿ustedes cobran por proyecto o por esqueleto? En el caso de *Spectre*, ¿cobraron por esqueleto o por proyecto?

MO: En *Spectre* fue por... por pieza digamos, no por esqueleto. Porque no hicimos únicamente esqueletos, fueron diferentes piezas y fue por pieza, todo depende... depende de mucho el proyecto, si se cobra por pieza, por todo el concepto.

E: Y por ejemplo, ¿hay una diferencia económica en lo que le cobraron a *Spectre*, que lo que cobraron al *Libro de la vida*?

MO: Eh... si nos vamos a números es más obvio que sí, ¿no? Pero si nos vamos a la cuestión de... de cómo se decide cuanto cobrar, también se tiene mucho que ver con el digamos "cliente", si lo podemos llamar así; porque no es lo mismo cobrarle te digo, a una película grande o al gobierno, que a un centro cultural rural. O sea, no es lo mismo, muchas veces también manejamos eso, ¿no? La cuestión social, hemos ido a Valle de Bravo, a este... ah... Se me fue el nombre, igual en el Estado de México, eh... a dar cursos a comunidades rurales, lugares sin recursos, en Campeche dimos cursos a gente sin recursos, hemos dado talleres en centros de rehabilitación, y obviamente, a ellos únicamente les cobramos los viáticos y el colectivo muchas veces paga el material, es una especie de remuneración.

E: Entonces, ese ya es trabajo de ustedes como colectivo y no del Faro de Oriente.

MO: Faro de Oriente, como te digo, nosotros trabajamos en el Faro de Oriente.

E: Pero ya todo lo que hacen ustedes ya es diferente...

MO: Sí, somos autogestivos.

E: También vi en su galería que trabajaron para el Museo de Antropología.

MO: Sí.

E: ¡Y ahí que realizaron?

MO: Ahí fue solamente una pieza, nada que ver con día de muertos, fue una pieza que se replicó. Como en 2008, salió una convocatoria de cultura precisamente, junto con un colectivo que se llama o se llamaba... no sé si aún siguen, sacaron una convocatoria de fusión de la cultura alemana y la cultura mexicana y nosotros, este... la mejor forma de hacer esa mezcla fue hacer un bocho trajinera. El bocho, que es completamente alemán, como medio de transporte y aquí el mexicano que es la trajinera ¿no? Hicimos una fusión de esas piezas, ganamos la convocatoria y nos fuimos a Alemania a trabajar, estuvimos en Alemania trabajando. Posteriormente, nos salió una pieza que se presentó aquí en el Museo de Antropología, bueno obviamente no la trajimos, la reconstruimos; bueno, prácticamente la recreamos, aquí en el Museo de Antropología y posteriormente, esa misma pieza la fuimos a hacer a Dinamarca.

E: En sí, en sí, en si ustedes trabajan el proyecto que quieran, pero en sí, su fuerte es el día de muertos.

MO: Nuestro fuerte es el día de muertos, pero no nos este... nos cerramos a otros proyectos, generalmente culturales. Si trabajamos y trabajaremos con empresas privadas, pues obviamente también hay una cuestión económica, pero generalmente la ajustamos a la situación sociocultural.

E: Y si no es indiscreción... ¿podrías darme un precio aproximado de lo que cobraron por un esqueleto para la producción de *Spectre*?

MO: Sí, si es indiscreción. Si, lo que pasa es que todo depende mucho de la productora, ¿no? Un esqueleto puede costar, no sé... de \$50,000 mil pesos, para una empresa o para un proyecto, y el mismo esqueleto para una casa de cultura, o que sea una cuestión más social, nada más cobramos los puros materiales ya por el colectivo, ¿no?

E: entonces con *Spectre* si se dejaron...

MO: ¡Sí, nos dejamos consentir!

E: Pues sí les debió de haber ido bastante bien.

MO: Relativamente sí, económicamente nos fue bien, sí. Pero yo creo que más... lo más importante, lo más interesante, para nosotros, fue la experiencia ¿no? El vivir esa experiencia, con esa gente y con toda la gente que estuvo ahí invitada, todos los artistas y artesanos mexicanos, eh... fue un trabajo increíble, tanto que esa productora, nos felicitó porque no habían trabajado con ningún, no habían tenido un equipo de trabajo tan profesional como nosotros. O sea, imagínate, mucha gente dice... que el mexicano es irresponsable, es flojo, no sé, ellos que son ingleses, que tiene una... un este... una fama de formalidad, de ser muy estrictos; o sea, se sorprendieron de todo el trabajo que hicimos, tanto es así que te tengo una anécdota: la gente que venía de producción con ellos, que tenían que hacer el trabajo de nosotros, y que hicimos nosotros, ya no tenían nada que hacer y mejor se pusieron a barrer. Terminaron ellos, gente profesional y capacitada en esos temas, mejor se pusieron a barrer, porque no tenían nada que hacer, porque ya todo lo logramos nosotros ¿no? Ellos pensaron traer esa gente para apoyarnos, para tal vez dirigirnos, este no sé... vieron que pudimos sin problema, y no los necesitamos. Se quedaron muy sorprendidos.

E: creo que me habían mencionado Joaquín y Jeremy, que también participan en el concurso de Alebrijes, ¿en ese ustedes buscan patrocinio?

MO: Hay muchas actividades culturales en las que el colectivo participa, una buscando patrocinios, muchas veces se logra, otras no, otra nosotros... este, nos auto patrocinamos, y muchas veces nosotros hemos patrocinado a otros compañeros, para que tengan la oportunidad de patrocinar sus piezas.

Ciudad de México, 01 de octubre del 2018.

PAOLA SCHLAPHER
PRODUCTORA DE LA COMPAÑÍA "CALLEJÓN SALAO".
PRESENTE:

Por este conducto la que suscribe C. Guadalupe Alejandria Copado Vences, estudiante de la carrera en Arte y Patrimonio Cultural de la UNIVERSIDAD AUTONOMA DE LA CIUDAD DE MEXICO, manifiesto solicito su apoyo para que gire sus indicaciones y me sea permitido documentar el desarrollo del evento "Desfile del día de muertos de la CDMX", el cual usted coordina.

Argumentando que la principal razón de mi interés en llevar a cabo esta investigación es la de utilizarla como tema de mi trabajo recepcional de titulación, bajo la modalidad "Monografía", y con el objetivo de investigar sus orígenes, proceso de producción, características, promoción, desarrollo y en general el proceso de gestión considerando las aportaciones culturales, artísticas y de organización de un evento de esa magnitud, así como las instituciones involucradas en llevarlo a cabo.

El tipo de investigación y documentación se llevaría acabo en el periodo del 01 de octubre del 2018 y hasta el día del evento, 27 de octubre del 2018. Bajo las olicitud de llevar a cabo la observación de todo el proceso y ensayos de dicho evento (sin interrupción de ningún tipo) dentro de las instalaciones del "Centro de Arte Bicentenario. Poeta Hugo Gutiérrez Vega", ubicado en Av. Sur de los 100 Metros, Nueva Vallejo 1 Sección, CDMX, y posteriormente en el ensayo final y el día del evento.

Por todo lo anterior y de manera particular solicito autorización para llevar a cabo un registro fotográfico y videograbación; tanto de los ensayos y el día del evento, así como de realizar y grabar entrevistas a productores, personal del voluntariado para el desfile, staff, maquillistas, diseñadores de vestuario y carros alegóricos. Cabe señalar que la documentación recopilada no se mostrará, ni habrá flujo de información acerca de la temática del desfile antes de su fecha de debut del evento, el sábado 27de octubre del 2018 y será utilizada para los fines descritos anteriormente.

Atentamente




C. G. Alejandria Copado Vences
Estudiante Arte y patrimonio cultural. UACM

Vo. Bo.



Mtra. Isabel Mercado Archila
Directora de Tesis



Jaquín Redes
Coord. de Voluntarios

REFERENCIAS

Bibliografía

- Lomnitz, Claudio. (2013). *Idea de la muerte en México*. (1era ed.) D.F, México: Fondo de Cultura Económica.
- Zarauz, Héctor. (2016). *La fiesta mexicana*. (2016). (1era ed.) Ciudad de México, México: Fondo de Cultura Económica.

Documentos electrónicos

- Arévalo, Javier Marcos. (2004). La tradición, el patrimonio y la identidad. Revista de estudios extremeños. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1125260>
- Azor, Ileana. (Dic, 2006). Los carnavales en México. Teatralidades de la fiesta popular. Revista “America sin Nombre”. Recuperado de <https://core.ac.uk/download/pdf/16359288.pdf>
- Baroja, Caro. El carnaval, Taurus Ediciones, julio 1979, Madrid, pp. 21 pp 92. Citada en Quiroz Malca, Haydée. (2013). EL CARNAVAL EN MEXICO, abanico de culturas, Fiesta de transgresión y caos. Universidad de la Costa, CUC. Recuperado de <https://repositorio.cuc.edu.co/handle/11323/5564>
- Barrientos, Mar. (2018, 19 agosto). Entrevista a Jessica Elizabeth Esquivias Rodríguez. *PODER EDOMEX*. Recuperado de <https://poderedomex.com/entrevista-a-jessica-elizabeth-esquivias-rodriguez/>
- Chilango. (20 de octubre del 2016). El Gran Desfile de Día de Muertos será el más grande de México. *Chilango*. Recuperado de <https://www.chilango.com/ciudad/el-gran-desfile-de-dia-de-muertos-sera-el-mas-grande-de-mexico/>

- Chouza, Paula. (12 de marzo 2015). México escribe el último guion de James Bond. *El País*. Recuperado de https://elpais.com/cultura/2015/03/11/actualidad/1426111003_495341.html?rel=mas
- De La Rosa, Alejandro. (18 de octubre del 2017). Desfile de día de muertos en CDMX con participación de IP. *El Economista*. Recuperado de <https://www.economista.com.mx/empresas/Desfile-de-dia-de-muertos-en-CDMX-con-participacion-de-IP-20171018-0075.html>
- El Sol de México online. (28 de octubre del 2017). Desfile de Día de Muertos reúne a más de un millón de visitantes. *El Sol de México*. Recuperado de <https://www.elsoldemexico.com.mx/metropoli/cdmx/desfile-de-dia-de-muertos-reune-a-mas-de-un-millon-de-visitantes-305325.html>
- El Universal. (28 de octubre del 2018). Columna El Caballito/ Amieva no asiste al desfile de Día de Muertos. *El Universal*. Recuperado de <https://www.cultura.cdmx.gob.mx/storage/app/media/sintesis/2018/index28102018.pdf>
- El Universal. (29 de octubre del 2016). Desfile de Día de Muertos reúne a 250 mil personas. *El Universal*. Recuperado de <https://www.eluniversal.com.mx/articulo/metropoli/cdmx/2016/10/29/desfile-de-dia-de-muertos-reune-250-mil-personas#imagen-1>
- Estrada, Agustín. (s/f). Fábricas de artes y oficios de la Ciudad de México – Faros. *Culture 21*. Recuperado de http://agenda21culture.net/sites/default/files/files/cities/content/MEXICO_FAROS_ESP.pdf

- Excélsior. (18 de marzo 2015). Productor de la cinta 'Spectre' presenta a la 'Chica Bond'.
Excélsior. Recuperado de <https://www.excelsior.com.mx/funcion/2015/03/18/1014205#imagen-1>
- Fugellie, Ingrid. (2012). La Catrina Una imagen para la eternidad. Diseño en Síntesis.
Recuperado de <https://disenoensintesisojs.xoc.uam.mx/index.php/disenosintesis/article/view/252>
- Fundación PROA. (s/f). Sueño de una tarde dominical en la Alameda Central.
Fundación PROA. Recuperado de http://www.proa.org/exhibiciones/pasadas/-rivera/salas/id_rivera_catrina.html
- Grijelmo, Álex. (7 de febrero del 2015). Palabras que se quedan detrás del 'backstage'.
EL PAÍS. Recuperado de https://elpais.com/elpais/2015/02/06/opinion/1423222103_511595.html
- IMAGEN RADIO. (27 de octubre del 2017). Todo lo que debes saber del Desfile de Día de Muertos. *IMAGEN RADIO*. Recuperado de <https://www.imagenradio.com.mx/todo-lo-que-debes-saber-del-desfile-de-dia-de-muertos>
- Maldonado, Mario. (16 de abril del 2018). La hermana del secretario de Hacienda y el hijo de Salinas. *El Universal*. Recuperado de <https://www.eluniversal.com.mx/columna/mario-maldonado/cartera/la-hermana-del-secretario-de-hacienda-y-el-hijo-de-salinas>
- Martínez, Marco. (29 de octubre de 2016). En 120 trajineras de Megaofrenda viajan problemas del país. *QUADRATIN CDMX*. Recuperado de <https://mexico.quadratin.com.mx/en-120-trajineras-de-megaofrenda-viajan-problemas-del-pais/>

- Mateos-Vega, Mónica. (3 de noviembre del 2016). Cada año se renovará el Día de Muertos como fiesta de la CDMX: Eduardo Vázquez. *La Jornada*. Recuperado de <https://www.jornada.com.mx/2016/11/03/cultura/a05n1cul#>
- Mayorga, Efrén. (2017, 18 septiembre). Una historia de los desfiles en México. *REVERSOS*. Recuperado de <http://reversos.mx/una-historia-los-desfiles-mexico/>
- Medina, Arturo. (10 de abril del 2015). Sale Chávez de habitual discreción: Circo del Sol, 007 y Peña Nieto. *REPORTUR.mx*. Recuperado de <https://www.reportur.com/mexico/2015/04/10/sale-chavez-de-habitual-discrecion-soleil-bond-y-ahora-el-presidente/>
- Miguel Alemán Magnani. (Sin fecha). En Wikipedia. Recuperado el 2 de junio del 2019 de https://es.wikipedia.org/wiki/Miguel_Alem%C3%A1n_Magnani
- Milenio. (2017). “Uno de los siete carros alegóricos que se incluyeron de la caravana”. [Fotografía]. Recuperado de <https://www.milenio.com/cultura/desfile-del-dia-de-muertos-honra-a-victimas-del-19-s>
- Montaña, E., Gómez, L. y González, L. (21 de octubre del 2016). En el Zócalo, tributo al agua, música y carnaval para celebrar el Día de Muertos. *La Jornada*. Recuperado de https://www.jornada.com.mx/2016/10/21/cultura/a03n1cul?fbclid=IwAR1QQC_hkd5ERGibWTlmX-utN7dxdzxcK2sEOWZwHIZSOJh_AszYF-oRSws#
- Museo de Arte Popular. (s/f). EL VOCHOLITO Y LAS MOJIGANGAS. *Amigos MAP*. Recuperado de <http://www.amigosmap.org.mx/2015/02/01/el-vocholito-y-las-mojigangas/>
- Nava, Cecilia. (17 de abril del 2018). ALDF elige a José Ramón Amieva como Jefe de gobierno sustituto de la CDMX. *El Sol de México*. Recuperado de

<https://www.elsoldemexico.com.mx/metropoli/cdmx/aldf-elige-a-jose-ramon-amieva-como-jefe-de-gobierno-sustituto-de-la-cdmx-1620267.html>

- NOTIMEX. (28 de octubre del 2017). Desfile de Día de Muertos reúne a más de un millón en CDMX. *CRONICA.com.mx*. Recuperado de <http://www.cronica.com.mx/notas/2017/1049972.html>
- Olvera, Dulce. (27 de septiembre del 2019). En 2015, el Consejo turístico pagó 18 mdd por filme de James Bond en un trato lleno de anomalías:ASF. *sinembargo.mx*. Recuperado de <https://www.sinembargo.mx/27-09-2019/3650897>
- Pérez, Sergio. (10 de noviembre del 2016). Desfile de Día de Muertos inspirado en Spectre será anual en la CDMX. *El Sol de México*. Recuperado de <https://www.elsoldemexico.com.mx/metropoli/Desfile-de-D%C3%ADa-de-Muertos-inspirado-en-Spectre-ser%C3%A1-anual-en-la-CDMX-202403.html>
- Quiroz, Haydée. (2013). EL CARNAVAL EN MEXICO, abanico de culturas, Fiesta de transgresión y caos. Universidad de la Costa, CUC. Recuperado de <https://repositorio.cuc.edu.co/handle/11323/5564>
- Ramírez, Bertha. (2 de noviembre de 2004). Llamado de López Obrador a conservar y extender tradiciones. *La Jornada*. Recuperado de <https://www.jornada.com.mx/2004/11/02/044f1con.php?origen=index.html&fly=1>
- Real Academia Española. (s.f.). Contingente. En *Diccionario de la lengua española*. Recuperado en 20 de marzo del 2019, de <https://dle.rae.es/contingente>
- Reina, Elena. (19 de marzo 2015). James Bond rueda su versión del Día de Muertos mexicano. *El País*. Recuperado de https://elpais.com/cultura/2015/03/19/actualidad/1426785550_373852.html
- REPORTUR.mx. (20 marzo de 2015). Miguel Alemán y Daniel Chavez patrocinan a James Bond en México. *REPORTUR.mx*. Recuperado de

<https://www.reportur.com/mexico/2015/03/20/miguel-aleman-y-daniel-chavez-patrocinan-a-james-bond-en-mexico/>

- REPORTUR.mx. (3 de noviembre del 2015). James Bond presenta en México película financiada por dueños de Interjet y Vidanta. *REPORTUR.mx*. Recuperado de <https://www.reportur.com/divinidades/2015/11/03/james-bond-en-mexico-por-la-premier-de-spectre/>
- Román, Laura Elena. (Junio 2011). Una revisión teórica sobre la gestión cultural. *Revista Digital de Gestión Cultural*. Recuperado de <http://observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/bitstream/handle/123456789/916/Rom%20a%20Una%20revisi%20te%20rica%202011.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Secretaría de Cultura. (2018). Conferencia de prensa en el Museo de la Ciudad de México, 2018. [Fotografía]. Recuperado de <https://www.cultura.cdmx.gob.mx/comunicacion/nota/1017-18>
- Secretaría de Cultura. (25 de octubre del 2018). La Celebración de Muertos 2018 habitará en distintos espacios de la CDMX. *Secretaría de Cultura*. Recuperado de <https://www.cultura.cdmx.gob.mx/comunicacion/nota/1149-18>
- Secretaría de Cultura. (8 de octubre del 2018). La Celebración de Muertos 2018 en la CDMX estará dedicada a la memoria de los migrantes. *Secretaría de Cultura*. Recuperado de <https://cultura.cdmx.gob.mx/index.php/comunicacion/nota/1013-18>
- Secretaría de Cultura. (8 de octubre del 2018). La Celebración de Muertos 2018 en la CDMX estará dedicada a la memoria de los migrantes. *Secretaría de Cultura*. Recuperado de <https://cultura.cdmx.gob.mx/comunicacion/nota/1013-18>

- Secretaría de Cultura. (8 de octubre del 2018). La Ciudad de México conmemora el Día de Muertos con magno Desfile y la Gran Ofrenda en el Zócalo. *Secretaría de Cultura, CDMX*. Recuperado de <https://www.cultura.cdmx.gob.mx/comunicacion/nota/1017-18>
- Secretaría de trabajo y fomento al empleo. (23 de octubre del 2018). Se reafirma CDMX como Ciudad Santuario, Refugio y Huésped. *Secretaría de Trabajo y Fomento al Empleo*. Recuperado de <https://www.trabajo.cdmx.gob.mx/comunicacion/nota/se-reafirma-cdmx-como-ciudad-santuario-refugio-y-huesped>
- TEN IMAGE. (31 Octubre, 2014). Maquíllate según la morfología de tu rostro. *TEN IMAGE PROFESSIONAL*. Recuperado de <https://tenimage.es/cosmetica-profesional-morfologia-rostro/>
- The Free Dictionary. (s.f.). Staff. *The Free Dictionary*. Recuperado el 21 de marzo del 2019, de <https://es.thefreedictionary.com/staff>
- UNESCO. (s/f). Líneas Generales. Oficina de la UNESCO en México. Recuperado de <http://www.unesco.org/new/es/Mexico/work-areas/culture>
- VAIU STORE. (17 junio, s/a). 50 ESTATUAS HUMANAS CON ARTE. *VAIU STORE*. Recuperado de <https://vaiu.es/50-estatuas-humanas-con-arte/?cn-reloaded=1>
- Valens Pons, Aina. (2019-2020). Lo siniestro, la arquitectura en la literatura y algunos cuentos del romanticismo. Recuperado de https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2117/335368/valensponsaina_TFE.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Vértiz, Columba. (6 de noviembre 2015). “007 Spectre”, la aparición fugaz del Zócalo y una trama sin novedades. *Proceso*. Recuperado de <https://www.proceso.com.mx/reportajes/2015/11/6/007-spectre-la-aparicion-fugaz-del-zocalo-una-trama-sin-novedades-154709.html>

- Villafuerte, Laura. (19 de marzo del 2015). La ciudad no hace ninguna aportación para película Spectre: Mancera. *QUADRATIN CDMX*. <https://mexico.quadratin.com.mx/La-ciudad-no-hace-ninguna-aportacion-para-pelicula-Spectre-Mancera/>
- W Radio. (26 de octubre del 2017). Desfile del Día de Muertos 2017, todo lo que deber de saber. *W Radio*. Recuperado de https://wradio.com.mx/radio/2017/10/21/nacional/1508548237_975867.html
- Wilson, M. y Broccoli, B. (productores) y Mendes, S. (director). (2015). 007: Spectre [Cinta Cinematográfica]. Reino Unido: Eon Productions.
- Zapett, Adriana. (agosto 2002). Industria Cultural. Discurso Visual. Recuperado de <http://discursovisual.net/1aepoca/dvweb04/pdfs/indcultural.pdf>

Tesis digital

- González, Manuel. (2009). Cuerpo y ciudad. “El cuerpo humano en el arte público. Performance, Body Paint, estatua viviente, instalación y los actos performáticos”. Recuperado el 7 de marzo del 2019, de <http://132.248.9.195/ptd2009/junio/0644511/Index.html>
- Torres, Lizeth. (2018). De difusión y preservación: la Comunicación como herramienta estratégica para la salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial en los pueblos originarios de la delegación Tláhuac. Estudio de caso: el carnaval de Santiago Zapotitlán. Recuperado de <http://132.248.9.195/ptd2018/abril/0772285/Index.html>

Páginas web

- 007 Dentro del mundo de James Bond. (s/f). Enfoque de la semana: escena del Día de Muertos de Spectre. *007 Dentro del mundo de James Bond*. Recuperado de <https://www.007.com/focus-of-the-week-spectres-day-of-the-dead-scene/>

- Asesores dinámicos, (s/f). Pinta Caritas. *Servicios artísticos capacitaciones entretenimiento*. Recuperado de <http://asesoresdinamicos.com/pinta-caritas>
- Burks, Alan. (s/f). ¿Cuál es la descripción del empleo de embajador de marca?. *La voz de Houston*. Recuperado de <https://pyme.lavoztx.com/cul-es-la-descripcin-del-empleo-de-embajador-de-marca-10092.html>
- Colectivo Última Hora, (s/f). Colectivo Última Hora. *Colectivo Última Hora*. Recuperado de <http://colectivoultimahora.org/historia/>
- CWAVE DAVE. (2017). Carro alegórico de la película “COCO”, de Disney y PIXAR en el Gran Desfile de día de muertos 2017. [Fotografía]. Recuperado de <https://cwavedave.com/coco-review-from-mexico-city-during-dia-de-los-muertos/>
- Desfile de Alebrijes en Ciudad de México. (Sin fecha). En Wikipedia. Recuperado de https://es.wikipedia.org/wiki/Desfile_de_alebrijes_en_Ciudad_de_M%C3%A9xico
- Gobierno de la Ciudad de México. (2016). Logotipo conmemorativo de la celebración de muertos, 2016. [Imagen]. Recuperado de <http://diseccionmoon.com/celebracion-muertos-cdmx-2016/>
- Gobierno de la Ciudad de México. (2017). Logotipo conmemorativo de la celebración de muertos 2017. [Imagen]. Recuperado de <https://carteleradeteatro.mx/2017/disfruta-del-dia-de-muertos-con-teatro-catrinasylloronas/>
- Gobierno de la Ciudad de México. (2018). Logotipo conmemorativo de la celebración de muertos 2018. [Imagen]. Recuperado de <https://www.mexicoescultura.com/actividad/203720/mega-ofrenda-en-el-zocalo.html#prettyPhoto>
- Gobierno de México. (s/f). Consejo de Promoción Turística de México. *Gobierno de México*. Recuperado de <https://www.gob.mx/cptm/que-hacemos>

- KREATOS.MX. (2018). Carro alegórico de Gayosso en el Gran Desfile de día de muertos 2018. [Fotografía]. Recuperado de <https://www.kreatos.mx/carros-alegoricos-dia-de-muertos/>
- Mexicraneos. (Sin fecha). Orgullo mexicano haciendo calle. *MEXICRANEOS*. Recuperado de <https://mexicraneos.com/que-es-mexicraneos/>
- Muévete en Bici. (Sin fecha). Paseo Nocturno. *Gobierno de la Ciudad de México*. Recuperado de http://data.sedema.cdmx.gob.mx/mueveteenbici/index.php?option=com_content&view=article&id=69&Itemid=74
- Serimax. (s/f). Botón publicitario. *Serimax*. Recuperado de <http://www.serimax.com.py/boton-publicitario.html>
- Televisa.NEWS. (8 de noviembre del 2017). Desfile del Día de Muertos es visto por 1 millón de personas. *Televisa.NEWS*. Recuperado de <https://noticieros.televisa.com/ultimas-noticias/desfile-dia-muertos-es-visto-1-millon-personas/>
- Visit Mexico. (2016). Mapa del recorrido del Desfile de Día de Muertos 2016. [Imagen]. Recuperado de VisitMexico.com
- VUELA CORP. (2019). Proyectos. *VUELA CORP*. Recuperado de <https://vuelacorp.com/proyectos/>

Redes sociales

- Alejandría Copado. [Usuario]. (2018).Contingente Catrinas de Posada, Mega Procesión 2018. [Evento] Facebook. <https://www.facebook.com/events/234247667247908/>

- Así Las Cosas. [Así Las Cosas]. (24 de octubre del 2017). ¡No se pierdan este sábado el Desfile de Día de Muertos de la CDMX! [Publicación de estado] [Video adjunto]. Facebook. <https://www.facebook.com/AsiLasCosasW/videos/2114317672129441>
- Blanca Erendira Vazquez Ruiz. [Usuario]. (2018). “Contingente Ciclista”. [Evento] Facebook. <https://www.facebook.com/events/242416513099189/>
- Callejón Salao. (2018). Convocatoria oficial del voluntariado de Callejón Salao para el Desfile Día de Muertos 2018. [Imagen]. Recuperado de <https://www.facebook.com/voluntariosDesfileDiaDeMuertos/photos/484450488668346>
- Callejón Salao. (2018). Convocatoria para voluntarios con barba, Callejón Salao. [Imagen]. Recuperado de <https://www.facebook.com/voluntariosDesfileDiaDeMuertos/photos/509077019539026>
- Callejón Salao. (2018). Logotipo conmemorativo del desfile “La muerte es un viaje”, Callejón Salao, 2018. [Imagen]. Recuperado de <https://www.facebook.com/voluntariosDesfileDiaDeMuertos/photos/520246131755448>
- Callejón Salao. (2018). Mapa de orientación para el voluntariado, Desfile de día de muertos 2017. [Imagen]. Recuperado de <https://www.facebook.com/voluntariosDesfileDiaDeMuertos/photos/352661635180566>
- Callejón Salao. (2018). Mapa de ubicación en el Bosque de Chapultepec para ensayo general, Callejón Salao, 2018. [Imagen]. Imagen proporcionada por Jazmín Redes.
- Callejón Salao. (s/f). Información de Callejón Salao. *Callejón Salao*. Recuperado de <https://www.callejonsalao.mx>

- Callejón Salao. [Voluntarios Gran Desfile De Muertos De La CDMX]. (19 de julio del 2017). Queridos voluntarios, siempre es un placer estar en contacto con ustedes. Nos hemos percatado que existe una confusión acerca del evento. [Publicación de estado] [Imagen adjunta]. Facebook.
<https://www.facebook.com/voluntariosDesfileDiaDeMuertos/posts/316533548793375>
- Callejón Salao. [Voluntarios Gran Desfile De Muertos De La CDMX]. (11 de octubre del 2017). Si eres hombre mayor de 16 años, tienes buena condición física y quieres sumarte a este Gran Desfile, tenemos dos plazas. [Publicación de estado] [Video adjunto]. Facebook.
<https://www.facebook.com/voluntariosDesfileDiaDeMuertos/videos/346911255755604>
- Callejón Salao. [Voluntarios Gran Desfile De Muertos De La CDMX]. (8 de octubre del 2018). En vivo desde la conferencia de prensa. [Publicación de estado] [Transmisión en vivo]. Facebook.
<https://www.facebook.com/voluntariosDesfileDiaDeMuertos/videos/927663137434100>
- Canal Once. [Canal Once]. (2016, Noviembre, 9). Especiales Noticias – Desfile del Día de Muertos. El inicio de un nuevo peregrinar (06/11/2016). [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=GuTQFJ5PmNU>
- Cine PREMIERE. [Cine PREMIERE]. (2015, Abril, 21). Casting de 007 Spectre en la Ciudad de México. [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=hPdks8gApww>
- Contingente Catrinas Clásicas. (2018). Gafete oficial del contingente “Catrinas de José Guadalupe Posada”. [Imagen]

- Domínguez, Héctor. (2018). Conferencia de prensa de la Mega Procesión de las Catrinas 2018. [Fotografía]
- Esquivias, Jessica. (2018). Sugerencia a modificar, diseño de gafete oficial de Jessica Esquivias. [Imagen].
- Facebook Messenger. (s/f). En Wikipedia. Recuperado el 21 de marzo del 2019 de https://es.wikipedia.org/wiki/Facebook_Messenger
- Felix, M. [M. Felix]. (2014, Octubre, 27). Catrinas en Bellas Artes... [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=VQK9aSut17U>
- Gobierno de la Ciudad de México. (2017). Cráneo conmemorativo de la celebración de día de muertos 2017, CDMX. [Imagen]. Recuperado de <https://www.facebook.com/voluntariosDesfileDiaDeMuertos/photos/333919723721424>
- Gobierno de la Ciudad de México. (2018). Logotipo conmemorativo y su significado, “Celebración de muertos 2018”, CDMX. [Imagen]. Recuperado de <https://www.facebook.com/voluntariosDesfileDiaDeMuertos/photos/535404816906246>
- Hernandez Charlie. [Usuario]. (2018). Contingente Danzantes Aztecas – Mega Procesión de las Catrinas 2018. [Evento] Facebook. <https://www.facebook.com/events/1011755262315074/>
- Irma Arce Fuentes. [Usuario]. (2018). Contingente Gitano Árabe Mega Procesión 2018 CDMX. [Evento] Facebook. <https://www.facebook.com/events/2196947043653396/>
- Isabela Martin Cabrera. [Usuario]. (2018). Contingente de Patinadores Catrinas Mega Procesión CDMX. [Evento] Facebook. <https://www.facebook.com/events/379335049247751/>

- José Luis Suastes. [Usuario]. (2018). Contingente STEAMPUNK, Procesión Catrinas 2018. [Evento]. Facebook.
[https://www.facebook.com/events/238329583373326/?acontext=%7B%22event_action_history%22%3A\[%7B%22mechanism%22%3A%22search_results%22%2C%22surface%22%3A%22search%22%7D\]%7D](https://www.facebook.com/events/238329583373326/?acontext=%7B%22event_action_history%22%3A[%7B%22mechanism%22%3A%22search_results%22%2C%22surface%22%3A%22search%22%7D]%7D)
- Juan Manuel Alfani Cassina. [ALFANI producciones]. (2016, Octubre, 30). Desfile día de muertos 2016 completo. [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=yHCBHVini5M&t=674s>
- Juan Manuel Alfani Cassina. [ALFANI producciones]. (2017, Octubre, 29). DESFILE DIA DE MUERTOS 2017 CDMX. [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=pBM4gHaixps&t=3s>
- Juan Manuel Alfani Cassina. [ALFANI producciones]. (2018, Octubre, 28). DESFILE DIA DE MUERTOS CDMX 2018. [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=qAtqwQ8Y4a0>
- La Catrina en Japón/ 死の貴婦人カトリーナ. (2020). Logotipo del evento Desfile de catrinas en Japón. [imagen]. Recuperado de <https://www.facebook.com/LaCatrinaGarvancera.en.Japon/posts/1144137882650572>
- Mega Body Paint México. (2019). Logotipo oficial del evento “Mega Procesión de las Catrinas”. [Imagen]. Recuperado de <https://www.facebook.com/MEGACATRINAS/photos/a.122546971812834/359796068087922>
- Mega Body Paint México. [MEGA BODY PAINT MEXICO]. (2017, Octubre, 3). MEGA CATRINAS (MEGA PROCESION DE LAS CATRINAS 2017). [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=Tcya92blGPc>

- Mega Body Paint México. [MEGA BODY PAINT MEXICO]. (2018, Septiembre, 24). Catrinas 2018 Recuento de Embajadores (Mega Procesión de las Catrinas 20-18). [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=l5P5z8ufETg&list=PLXoq1y4t0sAh2srzvqy9c3wHcyBpFleFj>
- Mega Procesión de las Catrinas. [Usuario]. (4 de abril del 2018). INICIO DE CASTING 2018
Quieres ser parte del grupo oficial de Maquillistas en la 5ta Edición de Mega Procesión de las Catrinas. [Imagen]. Facebook. <https://www.facebook.com/MEGACATRINAS/photos/a.193243668076497/214104285990435>
- Mega Procesión de las Catrinas. [Usuario]. (5 de abril del 2018). Atentos Maquillistas Foráneos. Convocatoria 2018, Aquí todas las indicaciones. [Imagen]. Facebook. <https://www.facebook.com/MEGACATRINAS/photos/a.193243668076497/214613542606176>
- Miguel Kahlo. [Usuario]. (2018). Contingente Catrinas Exóticas. [Evento]. Facebook. <https://www.facebook.com/events/771951106343417>
- Montalvan, Cesar. [Cesar Montalvan]. (2016, Octubre, 12). Entrevista Mega Procesión de Catrinas 2016 [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=GLzzWwcAt0>
- Ramírez, Rafael. [El Universal]. (2015, Marzo, 24). James Bond filma y se escabulle en el DF. [Archivo de video]. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=q71mJ9vsDtc&fbclid=IwAR1gnwWLBngqC9FawhYC3Nza19nh-UFj7j4L_vvXOaaKLYRrxfpTWuRktr0

- Reyna Renteria. [Usuario]. (2018). Mega Procesión de las Catrinas Contingente Novias y Novios. [Evento] Facebook. <https://www.facebook.com/events/269266130573204/>
- Sandie Cornejo. [Usuario]. (2018). Contingente Circense – Mega Procesión De Catrinas 2018. [Evento] Facebook. <https://www.facebook.com/events/649587852043152/>
- Sandra Ruiz. [Usuario]. (2018). Contingente de Trajes Típicos. [Evento] Facebook. <https://www.facebook.com/events/638795776475477/>
- Sandy NG. [Usuario]. (2018). Contingente XVAÑERAS. [Evento] Facebook. <https://www.facebook.com/events/410505266093491/>
- Saralu Latis. [Usuario]. (2018). Contingente PET FRIENDLY. [Evento] Facebook. <https://www.facebook.com/events/424336098091702/?ti=icl>
- Silver Plate. [SilverPlateJeans]. (2016, noviembre,3). Mega Procesión de las Catrinas en Ciudad de México Silver Plate. [Archivo de video]. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=_AYzNjMN9b0
- Tamara Tze Peña. [Usuario]. (2018).Contingente PERRHIJOS YORKIESTARS Mega Procesión de las Catrinas. [Evento]. Facebook. <https://www.facebook.com/events/268060087172103/>